

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
KUE TRADISIONAL DI KOTA PALOPO
(STUDI KASUS PASAR ANDI TADDA)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh
Dini Asriani. Pagga
NIM 15.04.01.0096

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO 2019**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
KUE TRADISIONAL DI KOTA PALOPO
(STUDI KASUS PASAR ANDI TADDA)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

DINI ASRIANI. PAGGA

15.0401.0096

Dibimbing Oleh:

1. Dr. Takdir. S.H.,M.H
2. Tadjuddin. SE.,M.Si.,Ak.,CA.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO 2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBNG

Judul : **Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)**

Yang ditulis oleh :

Nama : Dini Asriani. Pagga

Nim : 15.0401.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, 05 Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Takdir, SH., MH

NIP. 19790724 200312 1 002

Tadjuddin, SE., M. Si., Ak., CA

NIP. 19771212 200501 1 014

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul "**Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)**" yang ditulis oleh **Dini Asriani Pagga** dengan **NIM 15 0401 0096** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Kamis 29 Agustus 2019 M bertepatan dengan 28 Dzulhijjah 1440 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi(S.E.).

Palopo, 27 Oktober 2019 M

27 Shafar 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, MA. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. Anita Marwing, S. HL., M. HL. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Takdir, SH., M.H. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. | Pembimbing II | (.....) |

IAIN PALOPO

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

NIP196102081994032004

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M. EL.

NIP19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Dini Asriani. Pagga

Nim : 15.04.01.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari ternyata saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 08 Juli 2019
Yang membuat pernyataan,




Dini Asriani. Pagga
NIM15.04.01.0096

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi

Palopo, 15 Agustus 2019

Lamp. : -

Kepada Yth

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Dini Asriani, Pagga

Nim : 15.0401.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul skripsi : "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang
Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar
Andi Tadda)".

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikianlah untuk diproses selanjutnya

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji I,


Ilham, S. Ag. MA.

NIP. 19731011 200312 1 003

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi

Palopo, 15 Agustus 2019

Lamp. : -

Kepada Yth

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan skripsi, mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Dini Asriani. Pagga

Nim : 15.0401.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul skripsi : "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)".

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.

Demikianlah untuk diproses selanjutnya

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji I,

Ilham, S. Ag. MA.

NIP. 19731011 200312 1 003

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi

Palopo, 15 Agustus 2019

Lamp :-

Kepada Yth.

Di _

Tempat

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dini Asriani. Pagga

NIM : 15.0401.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi: Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue

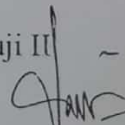
Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Penguji II



Dr. Anita Marwing, S. HL, M.HI

NIP. 19820124 2000901 2 006

PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)".

Yang ditulis oleh:

Nama : Dini Asriani Pagga

Nim : 15 0401 0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, 15 Agustus 2019

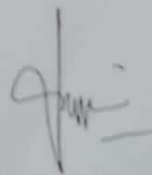
Penguji I



Ilham, S. Ag., MA.

NIP. 19731011 200312 1 003

Penguji II



Dr. Anita Marwing, S. HL., M. HI

NIP. 19820124 200901 2 00

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 05 Juli 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Dini Asriani. Pagga

Nim : 45 0401 0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)".

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diajukan.

Demikian untuk di proses seanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I


Dr. Takdir, S.H., M. H.

NIP.19790724 200312 1 002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 05 Juli 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

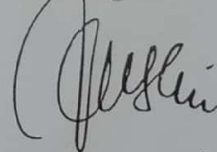
Nama	: Dini Asriani. Pagga
Nim	: 15 0401 0096
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)".

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diajukan.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing II



Tadjuddin, SE., M. Si., Ak., CA

NIP.19771212 200501 1 014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)

Yang ditulis oleh :

Nama : Dini Asriani. Pagga

Nim : 15.0401.0096

Program Studi : Ekonomi Syariah

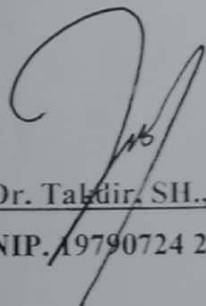
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, 05 Juli 2019

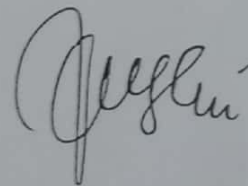
Pembimbing I



Dr. Takkir, SH., MH

NIP. 19790724 200312 1 002

Pembimbing II



Tadjuddin, SE., M. Si., Ak., CA

NIP. 19771212 200501 1 014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PENGUJI	iii
PERSETUJUAN PENGUJI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
PERSETUJUAN PEMBIMBING	viii
DAFTAR ISI.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xiv
PRAKATA.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan Teori	12
1. Implementasi	12
2. Sejarah Etika Bisnis.....	12
3. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	20
4. Berbisnis Gaya Rasulullah saw	24

5. Konsep Etika Bisnis Islam.....	26
6. Sifat-Sifat Rasulullah Dalam Etika Bisnis Islam.....	31
7. Etika dan Hukum Dalam Islam	33
8. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis.....	36
9. Sudut Pandang Hukum	39
C. Kerangka Pikir	40
D. Definisi Operasional	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
1. Jenis Penelitian.....	42
2. Pendekatan Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	43
C. Penentuan Populasi dan Sampel.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B. Hasil Penelitian	49
C. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran-Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah Surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi ini.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliteasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya bercupa
tanda [diakritik](#) atau [harakat](#), transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
اَ	<i>Fathah</i>	A	\bar{A}
اِ	<i>Kasrah</i>	I	\bar{i}
اُ	<i>Dammah</i>	U	\bar{U}

ABSTRAK

Dini Asriani Pagga, 2019. **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KUE TRADISIONAL di KOTA PALOPO (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)”**, Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah . Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penguji (I) Ilham, S. Ag., MA Penguji (II) Dr. Anita Marwing, S. HI., M. HI. Pembimbing (I) Dr. Takdir.SH., M.H. Pembimbing (II) Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pedagang kue

Penelitian ini membahas tentang implementasi etika bisnis islam pedagang kue tradisional di Pasar Andi. Tadda Kota Palopo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang ada pada pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan teologis normatif (syar'i) dan pendekatan fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq, tabligh, amanah, dan fatanah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq, amanah, dan fatanah*. Dalam hal ini perilaku pedagang yang ada di Pasar Andi Tadda Kota Palopo dalam menjalankan bisnis, belum seutuhnya menerapkan etika bisnis Islam, karena para pedagang masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga para pedagang hanya menjalankan bisnisnya dengan cara yang mereka yakini itu baik dan benar baginya dalam menjalankan usahanya, para pedagang yang masih menerapkan etika bisnis kapitalis terkadang belum mengetahui dan kurang memahami betapa pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan. Sehingga terkadang para pedagang menggunakan segala cara untuk mnedapatkan keuntungan yang lebih lagi dan tidak memperhatikan sisi buruk yang akan didapatkan.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat izin dan ridha-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa dan semoga senantiasa tercurah kepada kekasihku tercinta, Nabi Muhammad saw., beserta para keluarga, sahabat, tabi'in dan para pengikutnya yang senantiasa memelihara dan menghidupkan sunnah-sunnahnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak serta kedua orangtua tercinta Ayahanda Burhanuddin. Pagga dan Ibunda Djumasri Djumadi yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Ilahi Robbi memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol M. Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, M.H Wakil Rektor I, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M, Wakil Rektor II, dan Dr. Hasbi, M.Ag, Wakil Rektor III, yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, M.A. Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Perlengkapan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Dr. Takdir, S.H., M.H dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M. EI. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Takdir, SH., MH selaku Pembimbing I dan Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Pembimbing II. Penulis sampaikan beribu terima kasih atas segala ilmu, bimbingan, saran dan motivasi yang dicurahkan kepada penulis.
4. Ilham, S. Ag., MA selaku Penguji I dan Dr. Anita Marwing, S. HI., M. HI. selaku Penguji II Penulis sampaikan beribu terima kasih atas semua ilmu berharga yang telah diberikan kepada penulis. Saran serta kritikan akan penulis torehkan dalam menempuh masa depan yang lebih cemerlang.
5. Seluruh dosen di kampus IAIN Palopo, penulis ucapkan beribu terima kasih atas semua ilmu yang telah diajarkan kepada penulis. Tidak lupa pula

kepada seluruh jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya para staf Prodi Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu penulis dalam

6. mengurus segala keperluan administrasi. Sekali lagi, penulis ucapkan banyak terima kasih.
7. Kepada narasumber para pedagang kue tradisional yang berada di Pasar Andi. Tadda Kota Palopo, penulis ucapkan banyak terima kasih atas kesediaannya menjadi narasumber dalam skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah C yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi, dan semangatnya: Dini Hardianti, St. Nur Amalia, Yusnaeni, Astiara Sam, Dian Pratiwi, dan semua teman-teman kelas penulis. Sekali lagi terima kasih atas kebersamaan kalian selama ini.
9. Kak Muh. Al Gazhali S. Ag yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkhusus para sahabat-sahabat seangkatan penulis angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, serta semangatnya. Penulis ucapkan banyak terima kasih.
11. Kepada teman-teman KKN angkatan ke XXXIV khususnya kepada teman-teman posko Desa Baloli Kec. Masamba, terimakasih yang selama ini memberikan banyak dukungan dan motivasi kepada penulis.
12. Terima kasih banyak kepada keluarga saya khususnya kepada Kakak kandung saya, Budi Asrianto. Pagga dan adik saya, Dina Asriana. Pagga yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi serta doanya kepada penulis.

Akhirnya hanya kepada Allah swt., penulis memohon do'a semoga pihak-pihak yang disebutkan di atas diberikan balasan pahala yang setimpal, dan semoga bantuannya dinilai sebagai amal saleh. Dan semoga hasil penelitian dalam skripsi ini membawa keberkahanserta memberi manfaat kepada para pembacanya dan menjadikan amal jariyah bagi penulisnya.*Amiin YaRabbal Al-amin.*

Palopo,10 Juli 2019

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Proses terciptanya suatu kreatifitas dan inovatif ketika mampu membuat sesuatu yang berbeda seperti yang ada pada setiap negara, khususnya mengenai kue tradisional. Suatu negara pasti memiliki keanekaragaman dan ciri khas dalam bentuk makanan, khususnya dalam bentuk kue tradisional, seperti di Indonesia yang kaya akan berbagai jenis kue yang berbeda bentuk dan rasa yang dimiliki. Setiap daerah pasti mempunyai daya tarik tersendiri dari segi makanan khasnya. Makanan tradisional ini tentu saja merupakan salah satu warisan kekayaan kuliner bangsa Indonesia yang harus di lestarikan agar ciri khas yang dimiliki dapat diketahui oleh banyak orang bahkan sampai mancanegara, dan masyarakat luar pun akan penasaran dan lebih tertarik untuk mencoba makanan khas tersebut.

Makanan tradisional sangat dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang sering mengkonsumsi kue tradisional, baik ketika sarapan maupun sampai acara resmi lainnya. Kue tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena harganya yang terjangkau, rasa yang dimiliki pun sangat enak dan mudah ditemukan di setiap lingkungan masyarakat, sehingga masyarakat sangat sulit untuk lepas dari panganan kecil ini. Disisi lain pun panganan ini baik bagi kesehatan karena terbuat dari bahan-bahan yang baik bagi kesehatan dan memiliki gizi yang seimbang.

Bahan dari pembuatan kue tradisional ini pun sangat mudah didapatkan, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membuka usaha pembuatan kue tradisional. Di sisi lain, masyarakat Indonesia pun sangat menggemari makanan yang memiliki cita rasa manis, sehingga peminatnya pun semakin banyak.

Seiring dengan berkembangnya kue tradisional di lingkungan masyarakat dan banyaknya peminat sehingga menimbulkan persaingan antar sesama penjual. Dalam setiap usaha pasti memiliki yang namanya persaingan, baik itu persaingan yang sehat maupun persaingan yang tidak sehat. Akan tetapi jika ditelusuri sebagian dari penjual sudah tidak lagi memerhatikan etika dalam berbisnis sehingga akan menimbulkan persaingan yang tidak sehat.

Terdapat hubungan yang erat antar etika bisnis dan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Keberadaan aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat penting untuk mewujudkan persaingan yang sehat. Munculnya persaingan tidak sehat adalah karena peran dan hukum serta etika bisnis dalam persaingan bisnis belum berjalan dengan baik. Dalam bisnis, ada persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan bisnis membenarkan segala upaya untuk mendapatkan laba bisnis dan memenangkan persaingan.

Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah ialah apa yang disebut dengan *value driven*, artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. Konsep erat hubungannya dengan *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antar sesama pedagang, produsen, dan para pelanggan. Rasulullah tidak diragukan lagi dalam ajaran-ajarannya, selalu memperhatikan bagaimana

seorang pedagang menjaga hubungan dengan konsumen, beliau tidak betengkar dengan pelanggan maupun pedagang lainnya. Karena reputasinya yang lurus dan tepat perhitungannya dalam berdagang, semua orang yang berhubungan dengan beliau selalu merasa senang, puas, yakin, dan percaya akan kejujuran Rasulullah.¹

Sejauh ini, banyak orang memahami tujuan bisnis, yaitu untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Hukum ekonomi klasik yang mengontrol modal sesedikit mungkin dan menghasilkan laba sebanyak mungkin telah membuat para pelaku bisnis membenarkan segala cara untuk memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, manajemen, dan pemasaran selektif dan seefisien mungkin. Ini tidak mengherankan jika pebisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.²

Etika bisnis itu sendiri digunakan untuk mengendalikan perilaku para pesaing bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Persaingan bisnis yang dianggap baik, jika memenuhi semua norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma yang menjalankan bisnis yang baik. Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Tanpa menerapkan etika bisnis yang benar, sangat mungkin pelaku bisnis akan melakukan malpraktik yang

¹ Prof. Dr. H. Buchori Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, Cet, III, h. 20-21.

² Muhammad Riza, *"Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam"*, (Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2017), h. 1

merugikan konsumen.³ Dan kurangnya kesadaran bahwa di dalam melakukan bisnis maka etika harus terus diterapkan agar etika dalam berbisnis seperti persaingan tidak sehat antar sesama pebisnis tidak terjadi.

Sebagai contoh persaingan tidak sehat yang biasanya dilakukan oleh penjual yaitu dengan membuat produk yang sama dengan produk yang dijual oleh penjual lain yang tempat penitipan kue tersebut berada pada toko yang sama, hal ini dikarenakan adanya kue yang laris dan memiliki banyak peminat sehingga penjual lain tergiur dengan larisnya kue tersebut sehingga menimbulkan rasa iri terhadap hasil yang di dapat oleh orang lain. Hal seperti ini sangat merugikan pihak lain karena dapat menyebabkan hubungan antar sesama produsen kurang baik. Tetapi alangkah lebih baik jika setiap pengusaha melakukan persaingan yang sehat agar saling memberikan motivasi dan saling bertukar pikiran agar kue tradisional yang diciptakan akan lebih berkembang lagi. Dimana-mana pembeli atau konsumen sangat mendambakan kejujuran dan ketentraman dalam melakukan transaksi, karena jika dalam transaksi tersebut sudah memiliki banyak pesaing maka penjual akan semakin gelap mata dan dapat menghalalkan segala cara demi menjatuhkan pesaingnya, dan hal ini juga dapat merugikan pihak konsumen karena hilangnya perilaku jujur dalam proses transaksi berlangsung. Seharusnya pembeli atau konsumen menerima barang dengan kualitas dan kondisi yang baik pula begitupun dengan harga yang wajar. Jika dalam pemrosesan kue tersebut mengalami kekurangan-kekurangan sehingga mengurangi kualitas kue,

³ Wahyu Mijil Sampurno, “*Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Makan*”, (Pemalang: Universitas Islam Indonesia), Sampurno, Journal Of Islamics Economics Lariba 2016, Vol. 2, Issue 1:13-18. h. 13

produsen harus memberitahukan jika kue yang dijual memiliki kualitas kurang baik sehingga konsumen tidak merasa di bohongi maupun dirugikan. Jika hal tersebut terjadi, maka bisa-bisa konsumen akan lari dan berpindah ke penjual yang lain. Apalagi pada era sekarang orang-orang lebih tertarik untuk membuka suatu usaha, karena peminat masyarakat akan makanan praktis itu semakin tinggi. Seperti firman Allah swt. dalam Q.S. Al-Baqarah: 2/198 yaitu :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ^٤ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْهُ عَرَفْتُمْ
فَإذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ^٥ وَاذْكُرُواْ كَمَا هَدَيْتُكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ
قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Terjemahnya :

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat”.⁴

Jadi, tidak ada dosa bagi seseorang untuk mencari rezeki di jalan Allah, selama rezeki yang di cari itu halal dan tidak merugikan pihak lain, dan tidak melanggar syariat Islam seperti berbohong atas produk yang dijual dan saling iri kepada pedagang lain.

Etika yang harus ditanamkan dalam diri seseorang baik untuk pribadi bahkan dalam dunia bisnis, perlu adanya kejujuran, timbangan yang benar, mengambil keuntungan yang wajar, tanggung jawab pribadi. Dalam kegiatan di

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: Toha Putra, 2005), h. 48

bidang usaha maupun dalam bidang usaha lain kejujuran adalah hal terpenting yang harus diterapkan karena dengan adanya kejujuran, setiap individu sangat senang dan sangat menghargai kegiatan yang dilakukan tersebut, hal lain juga perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan bisnis ini seperti mengambil keuntungan yang wajar. Produsen di sarankan untuk tidak mengambil keuntungan yang tinggi dan melampaui dari harga sewajarnya karena dapat merugikan konsumen dan konsumen pun merasa kurang puas terhadap harga yang diberikan sehingga konsumen pun akan beralih ke pedagang yang lain.

Dengan berkembangnya kue tradisional di setiap daerah, para penjual kue dapat meningkatkan perekonomiannya, karena semakin banyak peminat maka akan bertambah pula penghasilan yang di dapat karena permintaan yang dimiliki semakin tinggi. Kebanyakan pengusaha kue tradisional ini adalah usaha rumahan, maka masyarakat di daerah tersebut khususnya kaum ibu-ibu juga dapat bekerja di tempat usaha tersebut untuk menambah pendapatan dan mendapatkan pengalaman yang lebih luas tentang cara pembuatan sampai cara memasarkan kue tradisional ini. Dengan adanya inovasi yang terus dikembangkan, di harapkan kue tradisional ini akan lebih unggul dari kue-kue modern lainnya. Agar kue tradisional ini akan terus menjadi jajanan pasar yang tetap terkenal di setiap daerah.

Dari uraian dan analisis diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang diangkat adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang ada pada pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan tidak hanya melalui teori-teori yang selama ini dipelajari.

2. Bagi Akademi

Untuk menambah koleksi penelitian sejenis ini untuk dijadikan sampel bagaimana kondisi pelaku pasar yang ada diseluruh Indonesia. Dan bagi pelaku pasar sendiri atau para pedagang baik pemula maupun berpengalaman, dapat dijadikan tambahan pengetahuan dalam aktifitas dan tata cara yang baik dalam berdagang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Desy Astrid Anindya, Pasca Sarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul *“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”*, dilakukan pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang bersifat kausalitas. Pengambilan data menggunakan survei langsung dan instrumen yang digunakan yaitu kuesioner, populasi adalah pengusaha yang beragama Islam, dan sampel sebanyak 54 responden menggunakan teknik accidental sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap laba wirausaha di Desa Delitua, Distrik Delitua ($p = 0,000$). Kesimpulan dari hasil penelitian adalah bahwa setiap pedagang Muslim harus melakukan kegiatan ekonominya berdasarkan syariah, yaitu aturan atau ketentuan yang diperintahkan Allah kepada hamba-hamba-Nya..⁵

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Elida Elfi Barus dan Nuriani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, dengan judul“

⁵ Desy Astrid Anindya, *“pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”*. (Pascasarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, 2017:389-412. h. 389.

Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”

dilakukan pada tahun 2016. Etika bisnis Islam menjamin baik pebisnis, mitra bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan, namun banyak para pelaku usaha/pebisnis tidak lagi mementingkan aturan-aturan Islam dalam berbisnis, dalam artian bahwa hanya mengejar keuntungan duniawi semata. Mengabaikan etika bisnis yang seharusnya mereka terapkan namun ada satu restoran yang hadir dengan konsep bisnis Islami dengan nuansa Islami, yaitu RM Wong Solo. RM Wong Solo menggunakan konsep bisnis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Hal ini bisa dilihat dari beberapa aspek seperti karyawan, kualitas produk dan kepemimpinan. Dampak yang ditimbulkan sangat bagus, terbukti bahwa RM Wong Solo sangat menarik bagi pelanggan tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri, RM Wong Solo juga menerima banyak penghargaan di bidang kuliner. Hasil dari penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam pada RM Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi karyawannya yang mewajibkan semua karyawatnya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbabnya. Karena bagi mereka bisnis bukan hanya mengejar keuntungan duniawi semata tetapi juga mengharapkan ridho dari Allah swt. mereka mengeluarkan Zakat untuk setiap keuntungan yang diperoleh.⁶

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Benny, Program Manajemen bisnis Universitas Kristen Petra, dengan judul *“Implementasi Etika Bisnis Pada PT.*

⁶Elida Elfi Barus dan Nuriani, *“Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan,* (Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara), Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 2, No. 2, 2016. h. 125.

Pendawa Polysindo Perkasa” dilakukan pada tahun 2017. PT Pendawa Polyndo Perkasa merupakan sebuah perusahaan keluarga yang bergerak dibidang industri plastik. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan wawancara. Proses analisa data menggunakan triangulasi sumber untuk mengelola data yang diperoleh, kemudian dengan hasil wawancara pada sumber lain pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa, dan ditarik kesimpulan apakah keduanya memiliki hubungan yang baik atau tidak.⁷

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Suanarti, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, dengan judul *“Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)”* di lakukan pada tahun 2017. Bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan. Setiap aktivitas bisnis tidak boleh mengesampingkan aspek moralitas, etika bisnis yang bermoral, erat kaitannya dengan etika bisnis yang dijelaskan dalam agama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis syariah dalam rangka membangun bisnis syariah yang telah dilaksanakan oleh Waroeng Steak dan Shake Cabang Malang, dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya.⁸

⁷Benny, *“Implementasi Etika Bisnis Pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa*, (Surabaya: Program Manajemen Bisnis, Program Studi manajemen, Universitas Kristen Petra), Agora Vol. 5, No. 3, 2017. h. 1

⁸ Leli Rosiyana, dkk, *“Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)”*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang), Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 53 No. 1. 2017. h. 196

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rosnani Siregar, Fakultas *Lecturer Of Economics and Business Islam* at IAIN Padangsidimpun, dengan judul “*Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padasidimpun)*” dilakukan pada tahun 2015. Urgensi bisnis memang tidak bisa diremehkan. Bisnis memainkan peran vital (penting) dalam kehidupan sosial sepanjang masa. Dimana kekuatan ekonomi memiliki arti yang sama dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis dapat mempengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Jadi setiap sistem ekonomi asalkan itu menjadi perlu untuk menjunjung keadilan harus dilakukan manusia. Keterlibatan muslim diperdagangan sangat terkait dengan pemahaman agama mereka tentang prinsip-prinsip hidup yang selalu menempatkan penebaran rahmat bagi seluruh alam. Dalam konteks ini para pedagang Muslim menganggap bisnis perdagangan dalam pekerjaan mulia dan legitimasi Nabi Allah. Pedagang harus memberikan harga sesuai dengan harga pasar setiap konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah agar pedagang harus mengetahui etika (moral) yang harus dimiliki oleh seorang pedagang, seperti: jujur dan amanah (dapat dipercaya), tidak suka berbicara buruk, memiliki kepribadian spiritual (taqwa), dan berperilaku baik dan simpatik (shiddiq).⁹

Persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah ditinjau dari segi judul pada penelitian terdahulu yang pertama yaitu

⁹ Rosnani Siregar, “*Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padangsidimpun)*”, (Padangsidimpun: *Lecturer Of Economics and business Islam Faculty at IAIN Padangsidimpun*), Jurnal Tazkir Vol. 01 No. 2. 2015. h. 108

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Sedangkan penelitian terdahulu yang kedua masih adanya para pelaku bisnis yang tidak mementingkan atau emperhatikan etika bisnis Islam. Penelitian terdahulu yang ketiga untuk mengetahui hubungan yang terjadi antar sesama pebisnis. Penelitian keempat membahas tentang penerapan etika bisnis syariah dalam dunia perdagangan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dalam menjalankan bisnis Islam. Sedangkan peneliti kelima membahas tentang pedagang harus mengetahui etika bisnis Islam seperti: *shiddiq* dan *amanah*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu ada yang membahas bisnis yang bergerak dibidang industri, dan lebih terfokus pada mendapatkan keuntungan. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ditinjau dari segi implementasi etika bisnis Islam.

B. Landasan Teori

1. Implementasi

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), implementasi adalah pelaksanaan, penerapan, pertemuan kedua ini bermaksud mencari bentuk tentang hal yang disepakati dulu.¹⁰ Menurut Usman (2002) menjelaskan bahwa implementasi adalah sebuah penerapan harus dilakukan secara terencana. Dengan kata lain dalam pengaplikasiannya, penerapan bukan sekedar bentuk kegiatan semata, namun memiliki tujuan yang jelas.¹¹

2. Sejarah Etika Bisnis

¹⁰ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Penerbit Arkola, t.tp, h. 70.

¹¹ Pengertian para ahli.com/pengertian-implementasi-adalah/# (diakses pada 08 November 2018 pukul 13.00)

Berdasarkan perkembangan zaman, manusia tidak lepas dengan yang namanya bisnis. Definisi ini bisa terlihat bahwa bisnis berada dimana-mana, baik itu dalam negeri maupun luar negeri, mulai dari barang perabot rumah tangga sampai alat-alat elektronik. Dengan masuknya perkembangan global yang pesat banyak dampak yang terjadi disekitar dalam setiap dunia bisnis, entah itu berdampak positif atau sebaliknya yang akan merugikan banyak orang. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.

Bisnis adalah segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari.¹² Bisnis dengan salah bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan setiap harinya, mulai dari saat ini tidur sampai tidur kembali. Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan setiap sejak bangun dari pagi hingga tidur kembali. Alarm jam weker yang membangunkan dini hari dengan lantunan merdunya adzan, sajadah alat-alat sholat kita susu instant yang kamu dan aku minum, mobil dan motor yang mengantarmu ke kantor, serta semua kebutuhan rumah tangga, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusikan dan dijual oleh para pelaku bisnis dan uang yang dibelanjakan

¹² Sulaeman Jajuli, M.E.I, *Ekonomi Dalam Al-Quran*, (Jogyakarta: CV. Budi Utama , 2017), h. 241.

beragam macam produk juga mungkin diperoleh dari bekerja pada suatu usaha bisnis. Contoh diatas menunjukkan betapa luasnya cakupan bisnis.¹³

Selain Rasulullah saw. dan para sahabatnya yang telah mengawali penerapan etika (*Akhlakul Karim*) dalam bisnis yang pula cendikiawan muslim yang terus belajar dan berusaha memperbaiki muamalah, khususnya kegiatan ekonomi diantara sekian banyak ekonomi muslim yang paling berjasa dan telah dicatat oleh sejarah:

a. Periode Awal (mulai tahun 758 M)

1) Abu Zayed bin Ali, ekonomi ini menjadi orang yang pertama yang menjelaskan harga tangguh tempo yang lebih tinggi dari harga tunai. Namun tetap melarang riba dalam bentuk apapun. Saat ini penjual kredit atau pembelian tangguh tempo menjadi salah satu model bisnis yang cukup populer dan paling banyak pelakunya.

2) Abu Yusuf, adalah ekonomi yang pertama menulis secara khusus yang menulis kebijakan pemerintah (*economi pilicy*) yang banyak membahas kewajiban dan tanggung jawab pemerintah dalam memenuhi kebutuhan rakyatnya. Beliau adalah salah satu ekonomi muslim yang menentang atas pajak dan tanah, sebaliknya pemerintah mengusulkan zakat hasil penelitian yang dilakukan pada waktu panen.

b. Periode Pertengahan

¹³Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 15

1) Al-Ghazali banyak membahas kebutuhan dasar (*basic needs*) yang harus dipenuhi manusia baik secara baik, demikian pula dengan pembagian masalah kerja (*division of labor*) yang benar. Larangan riba dalam bentuk apapun, peran uang yang harus beredar atau yang di edarkan sehingga membantu kelancaran roda perekonomian. Perilaku menimbung atau menyimpang uang dibawah bantal atau perilaku tercela.

2) Ibnu Taimiyah, toko ini banyak peduli dengan masalah era atau timbangan dan ukuran-ukuran. Pengawasan terhadap harga juga sangat dianjurkan bila keadaan tidak normal. Juga permintaan dan penawaran (*demand supply*) dalam menentukan harga mendapatkan pembahasan.¹⁴

c. Periode Perkembangan (Th. 1446-1932)

Periode kebangkitan ekonomi islam yang dimotori oleh ekonomi muslim, diantaranya Shah Waliullah, Muhammad Abdul Wahab, Jamaluddin Al Afghani, Muh. Ikbal dan Ibnu Abidin. Secara keyakinan Shah Waliullah dan dilarangkan sistem perjudian dan ribawi karena bertentangan dengan syariat dan merusak kerja sama yang dibangun. Waliullah juga mendorong pemerintah supaya merekrut pengawal dan menjaga keamanan hukum dan segala peraturan yang sesuai syariat. Sebagai ekonomi yang peduli kemaslahatan bersama, beliau juga menyarankan pemerintah membangun saran dan prasarana ekonomi yang memperlancar arus manusia dan arus barang. Misalnya jalan, jembatan dan pelabuhan-pelabuhan, karena itu pemerintah harus mempunyai sumber-sumber pendapatan seperti pajak

¹⁴ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Cet. 1: Alfabeta, Bandung, 2011), h. 40.

dan sebagainya guna membiayai semua pegawai pemerintah dan fasilitas yang dibangun pemerintah untuk rakyat.

Dengan demikian sebelum teori ekonomi barat, baik normatif maupun positif, para ekonomi muslim yang telah memperkenalkan membahas dan menganalisanya untuk diterapkan oleh para pelaku bisnis sesuai syariat. Bahkan ada dugaan ilmuwan barat banyak yang datang belajar di perpustakaan muslim pada saat itu.¹⁵

Bisnis dan perdagangan sudah menjadi hal yang tidak lazim untuk di bicarakan di era modern sekarang ini, dimana dimulai dari bangun tidur sampai tidur kembali tidak bisa lepas dari cakupan bisnis.

Perdagangan pada awalnya bermula dari Rasulullah saw. dan para sahabatnya. Rasulullah telah melakukan transaksi-transaksi perdagangannya secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang benar-benar jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawabnya terhadap setiap transaksi yang dilakukan.¹⁶

Perdagangan yang baik berawal dan diperkenalkan oleh Muhammad saw., kemudian setelah itu muncullah beberapa ekonom muslim yang tercatat dalam sejarah sebagai pelaku bisnis diantaranya pada abad ke 758 M Abu Zayed bin Ali,

¹⁵ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Cet. 1: Alfabeta, Bandung, 2011), h. 41

¹⁶ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 2000), h. 1

ekonom ini menjadi orang pertama yang menjelaskan harga tangguh tempo yang lebih tinggi dari harga tunai. Namun tetap melarang riba dalam bentuk apapun. Ibnu Maskawih menjelaskan keadilan harus diterapkan di dalam perdagangan dan peran uang. Manusia sebagai makhluk sosial harus bekerja sama secara benar dan saling menguntungkan kedua belah pihak atau semua pihak.¹⁷

Pada abad pertengahan tahun 1058-1446 M para pelopor Islam yang menjadi ahli ekonom diantaranya Al-Ghazali membahas seputar larangan riba dalam bentuk apapun dan secara mengejutkan Al-Ghazali menyuguhkan pembahasan terperinci tentang peranan dan signifikansi aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan sukarela serta proses timbulnya pasar yang berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran untuk menentukan harga dan laba. Al-Ghazali menyadari bahwa perdagangan merupakan hal yang esensial bagi fungsinya sebuah perekonomian yang berkembang dengan baik dimana Al-Ghazali memberikan kode etik yang dirumuskan dengan baik bagi masyarakat bisnis yaitu permintaan, penawaran, laba, etika berperilaku dipasar, barter dan lain sebagainya.¹⁸ Ibnu Taimiyah membahas tentang produksi dan distribusi serta perdagangan internasional.¹⁹

Periode ini berkembang pada tahun 1446-1932 yang merupakan periode kebangkitan ekonomi Islam yang dimotori oleh banyaknya ekonom Islam diantaranya yaitu Shah Wauliullah Abdul Wahab, Jamaluddin al-Afghani, Muh. Ikbal dan Ibnu Abidin. Secara meyakinkan Shah Wauliullah menekankan

¹⁷ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 40

¹⁸ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 288-298

¹⁹ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta 2011), h. 42-43

pentingnya kerja sama dalam ekonomi dan dilarangnya perjudian dan sistem ribawi.²⁰

Dengan demikian dari pemaparan periode diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum teori ekonomi barat baik normatif maupun positif, para ekonomi muslim telah memperkenalkan, membahas dan menganalisanya untuk diterapkan oleh pelaku bisnis sesuai syariat Islam.

Bisnis (perdagangan) menurut T. Chwee mendefinisikan istilah bisnis sebagai sesuatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (1990). Pendapat dari T. Chwee didukung oleh Musselman dan Jackson mereka mengartikan bahwa bisnis adalah suatu aktifitas yang memenuhi kehidupan dan keinginan ekonomis masyarakat, perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut (1992). Namun pendapat dari Musselman dan Jackson di bantah oleh Griffin dan Elbert bahwa bisnis tidak selalu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, melainkan untuk mendapatkan keuntungan.²¹

Tahun 1996 pendapat dari Griffin dan Elbert di dukung oleh Gloss, Steade dan Lowry, bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpungan dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.²²

44 ²⁰ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung:Alfabeta 2011), h. 43-

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Cirebon: Alfabeta, Bandung, 2013), h. 29

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Cirebon: Alfabeta, Bandung, 2013), h. 29

Semakin berkembangnya zaman banyak orang yang melakukan bisnis usaha, baik orang muslim maupun non muslim. Dari para pedagang muslim yang melakukan bisnis usaha, ada yang menerapkan bisnis usaha secara Islami maupun non Islami. Namun, pada dasarnya untuk menjadi seorang usahawan di perlukannya upaya untuk memanfaatkan nilai-nilai positif dari konsep bisnis Islami sehingga mencegahnya masuk ke dalam materialisme, menurut A. Djazuli dalam buku Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, diperlukan shibghoh (celupan) Islam sehingga tidak kehilangan jati diri sebagai muslim. Sikap hidup seorang muslim akan tercermin dalam motivasi, cara, tujuan hidupnya yang diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Motivasi adalah ibadah dengan cara berjuang, dijiwai akhlak karimah, dan tujuan akhirnya adalah keridhaan Allah swt.²³

Kaum muslimin yang memperkenalkan adanya perdagangan adalah Rasulullah saw. pada waktu yang lain, Rasulullah saw. pernah memerintahkan Asy-Syifa binti Abdullah agar mengajarkan kepada Hafshah Ummul Mu'minin tentang menulis dan pengobatan dengan doa dan jampi. Beliau juga pernah mengajarkan kaum muslimah agar mempelajari ilmu tenun, menulis, dan merawat orang sakit (pengobatan).²⁴ Hasil dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa Rasulullah-lah yang pertama kali memperkenalkan kegiatan perdagangan pada umat manusia.

²³ Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 50

²⁴ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h. 39

3. *Pengertian Etika Bisnis Islam*

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh setiap manusia.²⁵ Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa Arab disebut dengan *Akhlak*.²⁶ Bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti atau karakter.²⁷

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciouness*) yang memuat keyakinan “benar dan tidaknya” sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggung jawabkan pada dirinya sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian. Dengan demikian baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yaitu berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.²⁸

²⁵ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Cet, 1;(Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2004), h.3

²⁶ Idri, *Hadist Ekonomi , Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet, 1, (Jakarta; Kencana, 2015), h.323.

²⁷ Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet, 3,(Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2012), h.4

²⁸ Idri, *Hadist Ekonomi , Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet, 1, (Jakarta; Kencana, 2015), h.323.

➤ Pengertian Etika menurut para pakar

- Menurut M, Dawam Raharjo, istilah etika dan moral dipakai untuk makna yang sama karena kedua kata tersebut dapat dihomogenkan sebagai *custom or mores*.²⁹
- O.P Simorangkir menyatakan bahwa etika atau etik adalah pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai-nilai yang baik.
- Menurut Sidi Gazalba, etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.
- Burhanuddin Salam mendefinisikan etika dengan cabang-cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.
- Al-Gazalidalam kitabnya *Ihya Ulum al-Din* menjelaskan pengertian khuluq (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa yang darinya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah.³⁰

Dengan demikian etika adalah keseluruhan dari nilai-nilai tentang kebaikan, kebenaran, moralitas yang di aktualisasikan kedalam perilaku dan tindakan sehingga menciptakan kondisi kehidupan yang lebih baik terutama dalam melakukan suatu kegiatan dalam bermasyarakat. Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada sekelompok masyarakat yang berkaitan juga dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik,

²⁹ Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990 M), h. 3.

³⁰ Madjid Fakhri, *Etika Dalam Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan UMS, 1996), h. Xxi-2.

aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lain. Jadi secara linguistik, kata *etik* atau *ethis* berasal dari bahasa Yunani “*etos*” yang berarti adat, kebiasaan atau karakter yang berlaku dengan hubungannya mengenai suatu kegiatan manusia dalam suatu golongan tertentu, kelompok tertentu, dan budaya tertentu.³¹ Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun sekelompok masyarakat dan berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain.

Bisnis adalah kegiatan memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.³² Kata “Bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus yang berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis ditujukan pada kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh semua kalangan baik dalam kalangan bawah maupun kalangan atas.

Secara etimologis, bisnis berarti keadaan seseorang atau sekelompok orang sibuk dalam melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “Bisnis” sendiri memiliki tiga kegunaan yaitu, kesatuan yuridis (hukum), teknis dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Bisnis dalam arti luas

³¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.35

³² Heru Satyanugraha, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasinya*, h. 21

adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas yang memproduksi suatu barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.³³

➤ Pengertian bisnis menurut para pakar

- Menurut Steiner bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat.
- Menurut J.S Nimpoena, pengertian bisnis dalam arti sempit, tidak lain dari fiksi. Adapun dalam arti luas bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik.
- Menurut Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Jadi, etika bisnis adalah seperangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur, yang bertujuan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis agar memperoleh keberkahan dengan transaksi saling menguntungkan.³⁴

Kata Islami itu berasal dari bahasa Arab Al-Islam yaitu nama suatu Addin (jalan hidup) yang ada disisi Allah ('IndAllah) Ad-din maknanya adalah Al-Millah atau Ash-Shirotn atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan (Al-'aqilah) dan perbuatan (Al-'amal) Al-Islam sebagai Ad-din yang ada disisi Allah, tentunya berupa bentuk-bentuk keyakinan dan perbuatan yang ditentukan dan

³³ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Cet. 1, (Jakarta: GemaInsani Press, 2002), h.16.

³⁴ Idri, *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet. ke I, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 327.

ditetapkan dan bukan hasil dari buah pikiran manusia, karena ia dinamakan juga dinulloh.

Setelah mengetahui makna “Etika”, “Bisnis”, “Islam”, yang biasa juga disebut “syariat”, maka etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang untuk selanjutnya mengetahui hal-hal benar yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Berbisnis berarti suatu bentuk usaha yang dapat menguntungkan diri sendiri dan orang lain, karena dalam berbisnis orang itu saling membutuhkan satu sama yang lain berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam.

Jadi dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah proses dimana seseorang mengetahui mana yang benar dan mana yang salah, dalam melakukan sistem perdagangan agar diantara mereka tidak ada yang saling merugikan, melainkan sama-sama mendapatkan unsur yang positif.

4. Berbisnis Gaya Rasulullah saw.

Berkaitan dengan perintah bekerja, Rasulullah saw. menjadikan kerja sebagai aktualisasi keimanan dan ketakwaan. Rasul bekerja bukan untuk menumpuk kekayaan duniawi, melainkan beliau bekerja untuk meraih keridhaan Allah swt. bekerja adalah manifestasi amal saleh, bila kerja itu amal saleh maka kerja adalah ibadah dan bila kerja itu ibadah, maka kehidupan manusia tidak bisa dilepaskan dari kerja. Bukankah Allah swt. menciptakan manusia agar beribadah kepadanya? Tidak berlebihan jika keberadaan manusia ditentukan oleh aktifitas kerjanya. Rasulullah saw. adalah sosok yang selalu berbuat sebelum beliau

memerintahkan para sahabat untuk melakukannya. Hal ini sesuai dengan tugas beliau sebagai *uswatun hasanah* atau teladan yang baik bagi seluruh manusia. Kepribadian Rasulullah yang didasarkan dengan ketulusan niat dan kemurnian hati menyebabkan beliau pantas menjadi rujukan.³⁵

Itulah sebabnya misi diutusnya Rasulullah saw. adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Sebagaimana dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad ibn Hambal sebagai berikut:

حَدَّثَنَا سَعِيدُ بْنُ مَنْصُورٍ قَالَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَجَلَانَ عَنْ الْقَعْقَاعِ بْنِ حَكِيمٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Terjemahnya:

Telah menceritakan kepada kami Sa'id ibn Manshur berkata; telah menceritakan kepada kami Abdul 'Aziz ibn Muhammad dari Muhammad ibn 'Ajlan dari Al Qa'qa' ibn Hakim dari Abu Shalih dari Abu Hurairah berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Bahwasanya aku diutus untuk menyempurnakan akhlaq yang baik."³⁶

Dalam dunia bisnis, sifat-sifat yang ada pada Muhammad sesungguhnya merupakan aset yang tiada nilainya, kejujuran, pribadinya yang menyenangkan dan juga ketekunannya, merupakan pilar-pilar utama yang harus dimiliki seorang wirausahawan.

³⁵ Husein Syahatah dan Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahisaksi, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005), h. 52

³⁶ Abdul Abdullah Ahmad Bin Muhammad ibn Hambal, *Kitab : Sisa Musnad sahabat yang banyak meriwayatkan hadis*, Juz. 2, (Bairut, Darul Fikri, 1981 M), h. 228

Sebagai pelaku bisnis (pedagang) dan juga seorang Rasul, Muhammad Saw. tak henti-hentinya menghimbau umatnya untuk berdagang guna mencari rezeki Allah yang halal. Islam mengajarkan bahwa rezeki tidak ditunggu melainkan harus dicari, atau lebih tepatnya dijemput. Allah menurunkan rezeki sesuai prinsip bisnis universal, yaitu amanah dan terpercaya disamping memiliki pengetahuan dan keterampilan bisnis yang baik dan benar. Oleh karena itu, seberapa besar manusia mencurahkan pikiran dan tenaga, sebesar itu pula Allah menurunkan karunianya.³⁷

5. Konsep Etika Bisnis Islam

Konsep etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian yang menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Selanjutnya konsep etika bisnis Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist, pemikiran para ulama dalam bentuk *ijma'* ataupun *qiyas* dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konsep Ketuhanan

Dalam dunia Islam konsep ketuhanan telah melekat dalam setiap aktivitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibannya terhadap Allah swt., baik dalam bidang ibadah maupun muuamalah, sedangkan dalam bidang bisnis ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan segala urusan yang berrkaitan dengan harta

³⁷ Sukamdani Sahid Gitosardjono, *Bisnis dan Kewirausahaan Syariah (Upaya Menuju Kesejahteraan Umat Islam)*, (Bogor: Yayasan Sahid Jaya 2009), h. 9

benda halal ataupun haram. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ada dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti nilai-nilai moralitas yang menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemungkar. Kemudian Islam juga menyerukan agar membantu orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal.³⁸

b. Konsep Kepemilikan Harta

Pandangan Islam terhadap harta ialah bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang ada di muka bumi ini, termasuk harta benda adalah milik Allah swt., kepemilikan yang ada pada manusia hanyalah kepemilikan yang bersifat relatif, sebatas untuk melaksanakan *amanah* mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuannya, karena manusia sebagai pemegang *amanah* dan tidak mampu mengadakan benda dari tiada, manusia tidak mampu membuat energi, manusia hanya mampu mengubah dari satu bentuk energi ke bentuk energi lainnya sedangkan pencipta energi adalah Allah swt.³⁹

Menurut Islam, harta merupakan perhiasan hidup dan manusia bisa menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-lebihan, Islam mengakui bahwasanya manusia memiliki kecenderungan untuk memiliki, menguasai dan menikmati harta.⁴⁰ Selanjutnya Islam tidak memandang harta dan kekayaan

³⁸ Muhammad Baqir al-Sadr, *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Pemikiran Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Zahra, 200, M), h. 169.

³⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h.9.

⁴⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 55

sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tertinggi. Dalam sistem ekonomi Islam tidak ada batasan untuk memiliki harta serta dalam mencari keuntungan dan kekayaan, asalkan dalam cara mendapatkannya dan pengelolaannya tidak merugikan dan tidak dengan cara yang batil.

c. Konsep benar baik

Menurut Islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang kemudian melekat dan menjadi ciri utama orang mukmin dan para nabi. Tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan stabil, sebaliknya kebohongan atau kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh karenanya salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai Allah ialah kebenaran.⁴¹ Dan sebagai seorang muslim harus menjunjung tinggi nilai kebenaran dan senantiasa menyelaraskan antara perilaku diri dengan perilaku Rasulullah saw.

d. Konsep tanggung jawab

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan, dan menikmati kenikmatan di bumi, mengeksploitasi bumi dengan segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian hari akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah swt.

⁴¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 175

Selanjutnya dalam dunia bisnis, tanggungjawab terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan, dan pemegang saham, dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya, para pemasok dan persaingan berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggungjawab terhadap komunitas lokal, nasional, global, dan regional dimana mereka beroperasi.

Menurut Islam, segala aktivitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lainnya seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan, karena *taqlif* itulah manusia harus mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya dan karena itu pula manusia oleh Rasulullah disebut sebagai pemimpin, karena setiap manusia yang dewasa atau *aqil baligh* serta *mumayyiz* (dapat membedakan yang baik dan yang buruk) adalah pemimpin dan mempertanggung jawabkan kepemimpinannya. Tanggung jawab erat dengan pelaksanaan *amanat* karena orang yang bertanggung jawab akan melaksanakan yang dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya

e. Konsep Kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seseorang tidak dapat maju selangkah pun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri

sebagai titik tolak, melainkan apa yang dipikirkan dan diharapkan oleh orang lain, tanpa kejujuran terutama moral lainnya kehilangan nilainya.

Islam mengajarkan kepada manusia kejujuran merupakan syarat yang paling mendasar didalam melakukan kegiatan. Rasulullah menganjurkan kepada ummatnya untuk melakukan kejujuran disegala bentuk aktivitas, menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan demikian pula sebaliknya, kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan dan bencana.

f. Konsep keadilan

Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksanaan untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing pihak mendapat kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewaibannya tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan menerima yang selaras dengan hak dan kewajiban karena adil pada hakekatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya, dan karena pada hakekatnya semua orang sama-sama nilainya sebagai manusia jadi perlakuan sama terhadap semua orang tertentu dalam situasi yang sama mislanya seseorang menjual barang dagangannya dengan kualitas, jumlah dan ukuran serta waktu yang sama pada orang lain dengan harga yang murah, maka hal tersebut juga harus dilakukan kepada orang lainnya.

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu umat yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah, hukum Allah tidak membedakan yang kaya dan yang miskin, demikian juga tidak membedakan yang hitam dan yang putih, secara sosial, nilai yang membedakan antara yang satu dengan yang lain adalah

ketakwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanannya pada kemanusiaan⁴² ironis sekali jika manusia tidak dapat bersikap adil pada sesamanya yang memiliki kesamaan sebagai makhluk Allah, adil merupakan norma yang paling utama dalam seluruh aspek dunia bisnis.

6. Sifat-Sifat Rasulullah Dalam Etika Bisnis Islam

Petunjuk Rasulullah saw. tentang etika bisnis Islam ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad saw. dan sangat dikenal dalam kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis sifat-sifat tersebut diantaranya:

A. Siddiq (jujur/benar)

Jujur nilai dasarnya telah integritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur.

Selanjutnya salah satu sifat curang adalah dengan menjelek-jelekkan barang dagangan orang lain atau menggunakan bahan-bahan yang tidak baik untuk dikonsumsi karena setiap melakukan aktivitas perdagangan atau pun aktivitas lainnya nilai kejujuran sangat dibutuhkan dalam setiap individu, tanpa adanya kejujuran pastinya akan merugikan orang lain maupun pada dirinya

⁴² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 358.

sendiri. Dalam hal ini terkait tentang bersikap jujur imam Al-Gazali mengatakan bahwa' mereka telah memahami arti kejujuran, yaitu tidak rela terhadap apa yang menimpa temannya kecuali yang ia rela jika hal demikian menimpa dirinya sendiri.⁴³

B. *Amanah* (Terpercaya)

Sikap *amanah* ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga dapat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya). Maksud *amanah* adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.⁴⁴

C. *Fatanah* (Cerdas)

Fatanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produksi dan jasa serta mengenai akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fatana*h dapat juga diartikan dengan kecerdikan dan kebijaksanaan.⁴⁵ Sifat *fatana*h dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan

⁴³ Yusuf, Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, di terjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Cet. II, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 179.

⁴⁴ Yusuf, Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. H. 177.

⁴⁵ A. Darussalam, *Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Hadits*, Cet, I, (Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 192

kebijaksanaan akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.⁴⁶

D. *Tabligh*(Komunitatif-Prommotif)

Rasul Allah swt., dikarunai sifat *tabligh* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah swt., Kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat *tabligh* nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika kita dititipi *amanah* oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalahgunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad saw., untuk mencontoh, menyampaikan, dan menerapkan sikap *tabligh* dalam segala aspek terutama didalam dunia bisnis.

7. *Etika dan Hukum dalam Islam*

Etika dijadikan sebagai pedoman atau ukuran bagi tindakan manusia dengan penilaian baik atau buruk dan benar atau salah. Etika melibatkan analisis kritis mengenai tindakan manusia untuk menentukan suatu nilai benar dan salah dari segi kebenaran atau keadilan. Jadi, ukuran yang dipergunakan adalah norma, agama, nilai positif, dan universalitas. Oleh karena itu, istilah etika sering dikonotasikan dengan istilah-istilah: tata krama, sopan santun, pedoman moral,

susila dan lain-lain yang berpijak pada norma-norma tata hubungan antar unsur atau elemen di dalam masyarakat lingkungannya.

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Oleh karena itu, di samping etika merupakan ilmu yang memberikan pedoman norma tentang bagaimana hidup manusia diatur secara harmonis, agar tercapai keselarasan dan keserasian dalam kehidupan baik antar sesama manusia maupun antar manusia dengan lingkungannya. Juga mengatur tata hubungan antar institusi di dalam masyarakat dengan institusi lain dalam sistem masyarakat dan lingkungannya.⁴⁷

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan digunakannya etika dalam pergaulan antar elemen-elemen di dalam masyarakat pada hakekatnya agar tercipta suatu hubungan yang harmonis, serasi dan saling menguntungkan.

Mengapa bisnis memerlukan etika dalam rangka kiprah bisnis dengan masyarakat secara luas. Pertanyaan ini jelas terkait dengan fungsi dan peranan yang akan dilakukan karena di ketahui bahwa bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis atas dasar itulah kebutuhan bisnis dalam aspek kehidupannya tidak terlepas dengan eksistensi masyarakat dengan segala atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat. Setidaknya ada tiga alasan yang dapat memberikan argumentasi atas pertanyaan tersebut di atas.

Alasan pertama bisnis tidak bebas nilai, baik dari nilai moral maupun nilai etika. Misalnya dilihat dari tujuan umum yang ingin dicapai oleh pebisnis adalah

⁴⁷ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 57

meningkatkan kesejahteraan stake holders, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan hidup atau eksis dalam jangka panjang atau selama-selamanya. Jika dilihat dari pihak-pihak yang dijadikan partner bisnis yakni masyarakat dan sumber-sumber ekonomi dan para pemiliknya maka siapapun (tidak terkecuali institusi bisnis) yang berhubungan dan berinteraksi dengan masyarakat, dan hubungan dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat, tentu dalam menjalankan kegiatan bisnis ini tidak lepas dari nilai sosial, nilai moral, dan etika yang dibutuhkan untuk mengatur harmoni perusahaan supaya tercipta hubungan yang harmonis antar perusahaan dengan lingkungannya.

Alasan kedua aplikasi etika bisnis identik pengelolaan bisnis secara profesional. Prinsip profesional dalam pengelolaan bisnis sebenarnya erat kaitannya dengan aplikasi etika bisnis. Seperti dijelaskan bahwa ruang lingkup etika bisnis meliputi keterkaitan yang harmonis, saling menguntungkan antar sesama pihak di dalam stake holder (pemangku kepentingan) dan pihak-pihak eksternal lainnya. Hal ini merupakan tuntutan yang harus dipenuhi kalau ingin perusahaan tumbuh dan berkembang dan maju secara kontinyu dalam jangka yang panjang. Dari kerangka berpikir seperti itu, tentunya usaha-usaha ini identik dengan pengelolaan bisnis secara ulet, jitu, efisien, dan efektif bagi alokasi sumber daya ekonomi yang tersedia baik dalam perusahaan sendiri maupun dari luar perusahaan. Prinsip-prinsip aplikasi sumber daya ekonomi ini tentu dilakukan dengan proses manajemen yang canggih dengan dasar keserasian hubungan antar pihak terkait yang sudah barang tentu harus dilakukan dengan penuh kesungguhan dan kejujuran.

Alasan ketiga bisnis merupakan bagian dari sistem sosial. Bahwasanya bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan keberadaan bisnis, antara keduanya ada saling dibutuhkan dan diperlukan. Perusahaan melihat masyarakat sebagai sumber potensi yang dapat menghidupi perusahaan. Sebaliknya perusahaan harus juga menempatkan dari segi institusi yang eksistensinya memang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, bisnis harus tahu diri bahwa keberadaannya di masyarakat merupakan bagian dari masyarakat. Selain melihat bahwa di dalam masyarakat tersedia peluang yang dapat di manfaatkan perusahaan sebagai obyek atau sasaran yang menguntungkan tetapi perusahaan juga harus melihat bahwa sasaran tersebut sekaligus sebagai subyek yang akan menentukan kelangsungan perusahaan dalam waktu selang mungkin. Disini nampak bahwa antara bisnis dan sosial saling terkait, dan saling menentukan eksistensi masing-masing.⁴⁸

8. *Prinsip-prinsip Etika Bisnis*

Secara umum etika bisnis merupakan acuan cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu etika bisnis memiliki prinsip-prinsip umum yang dijadikan acuan dalam melaksanakan kegiatan dan mencapai tujuan bisnis yang dimaksud. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis tersebut adalah sebagai berikut:

a) Prinsip otonomi: adalah bahwa perusahaan secara bebas memiliki kewenangan sesuai dengan bidang garap yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya. Misalnya perusahaan tidak tergantung

⁴⁸ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 58-59

pada pihak lain untuk mengambil keputusan, tetapi perusahaan memiliki kekuatan tertentu sesuai dengan visi dan misi yang diembannya dan tidak bertentangan dengan pihak lain. Dalam pengertian etika bisnis, otonomi bersangkut paut dengan policy eksekutif perusahaan dalam mengemban visi, misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja maupun komunitas yang dihadapinya.

b) Prinsip kejujuran: nilai kejujuran adalah nilai yang paling mendasar dalam keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Kegiatan bisnis akan berhasil jika dikelola dengan prinsip persaingan, baik untuk karyawan, konsmen, para pemasok dan pihak lain yang terkait dengan kegiatan bisnis ini. Penerapan bisnis kejujuran misalnya penawaran barang dengan kualitas dan fakta rill seperti produk yang dibuat dan dipasarkan harus benar-benar mencerminkan produk yang sesuai dengan fakta, tidak terdapat unsur manipulasi misalnya barang yang kualitas rendah yang dinyatakan sebagai barang yang berkualitas tinggi.

c) Prinsip tidak berniat jahat: bisnis didirikan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat konsumen dan masyarakat pada umumnya. Ini merupakan komitmen yang umum berlaku bagi para pelaku bisnis terhadap stake holder (pemangku kepentingan) adalah untuk maksud-maksud mencapai tujuan yang baik dan positif. Prinsip ini akan dapat menyelamatkan perusahaan.

d) Prinsip keadilan: prinsip keadilan yang digunakan untuk mengukur bisnis menggunakan etika bisnis adalah keadilan bagi semua pihak yang terkait memberikan kontribusi langsung atau pun tidak langsung terhadap keberhasilan

bisnis. Para pihak ini terklasifikasi kedalam stake holder (pemangku kepentingan). Oleh karena itu semua pihak harus memiliki akses positif sesuai dengan peran yang diberikan oleh masing-masing pihak tersebut kepada bisnis. Semua pihak harus mendapatkan akses yang sesuai dari bisnis. Tolak ukur yang digunakan menentukan atau menyediakan kesesuaian ini dengan langkah-langkah umum yang telah diterima oleh masyarakat bisnis. Contoh yang dikemukakan dalam menjalankan prinsip keadilan misalnya dalam alokasi sumber daya ekonomi kepada semua pihak faktor ekonomi. Memberikan harga yang layak bagi para konsumen. Memberikan upah yang layak bagi para eksekutif dan karyawan. Menyepakati harga yang pantas bagi para pemasok bahan dan alat produksi. Mendapatkan keuntungan yang wajar bagi pemilik perusahaan dan lain-lain.

e) Prinsip hormat pada diri sendiri: pengertian prinsip ini merupakan tindakan bisnis yang dampaknya berpulang kembali kepada bisnis itu sendiri. Jika bisnis memberikan kontribusi yang menyenangkan bagi masyarakat, tentu masyarakat memberikan respon yang sama. Sebaliknya jika bisnis memberikan image yang tidak menyenangkan maka masyarakat tentu tidak menyenangi terhadap bisnis yang bersangkutan. Jika para pengelola perusahaan ingin memberikan respek kehormatan terhadap perusahaan maka lakukan respek tersebut terhadap para pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagai contoh manajemen perusahaan dengan team worknya memiliki falsafah kerja dan berorientasikan memberi kepuasan kepada pelanggan, maka dapat dipastikan para pelanggan akan makin fanatis terhadap perusahaan. Demikian juga jika para manajemen berorientasi pada pemberian kepuasan kepada karyawan yang

berprestasi maka dapat dipastikan karyawan akan makin loyal terhadap perusahaan. Jadi hukum kuasa prima akan senantiasa berlaku dalam bisnis atau stake holdernya (pemangku kepentingan). Oleh karena itu prinsip hormat pada diri sendiri mesti diberlakukan pada etika bisnis.⁴⁹

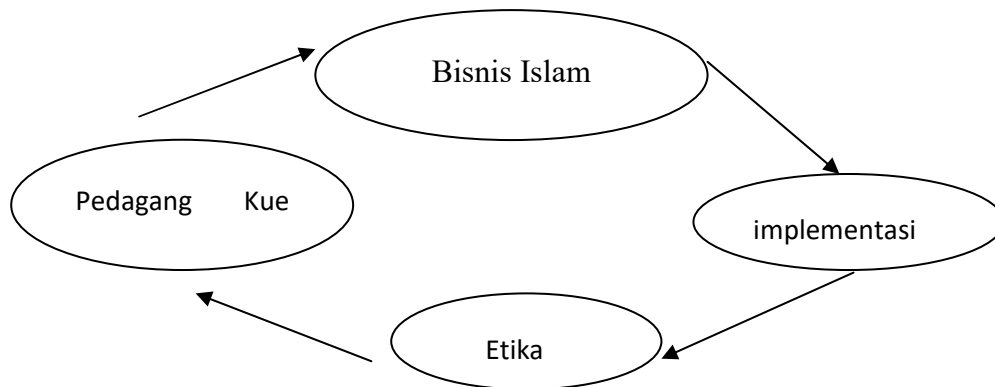
9. Sudut Pandang Hukum

Tidak bisa diragukan, bisnis terikat juga oleh hukum. Hukum dagang atau hukum bisnis merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan dengan bisnis, pada taraf nasional maupun internasional. Seperti halnya etika, hukum merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum bahkan lebih jelas dan pasti dari pada etika karena peraturan hukum bahkan lebih jelas dan pasti dari pada etika karena peraturan hukum dituliskan hitam di atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran. Terdapat kaitan erat antara hukum dan etika. Etika selalu menjiwai hukum, baik dalam proses terbentuknya undang-undang maupun dalam pelaksanaan peraturan hukum, etika atau moralitas pemegang peran penting.⁵⁰

⁴⁹ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 59-60

⁵⁰ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 61

G. Kerangka Pikir



Input, Bisnis islam yang merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat dalam meningkatkan keuangan keluarga dengan tujuan untuk mendapatkan laba dengan cara yang syar'i, proses penjualan kue sebagai subyek pada peneliti dengan berjualan di Pasar Andi. Tadda pada saat melakukan proses perdagangan sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw, output implementasi etika merupakan pengaplikasian atau cara yang dilakukan para penjual kue di Pasar Andi. Tadda sesuai dengan etika dalam islam.

H. Definisi Operasional

Implementasi adalah pelaksanaan suatu rencana yang telah disusun untuk mencapai suatu tujuan yang telah dibuat.

Etika adalah suatu ilmu yang membahas perilaku baik atau perilaku buruk antar sesama manusia.

Bisnis adalah suatu usaha menjual barang atau menawarkan jasa kepada konsumen dengan tujuan menghasilkan laba.

Etika bisnis merupakan suatu kegiatan yang berperan dalam kegiatan berwirausaha yang mencakup segala kegiatan dalam berbisnis, dan didalam kegiatan tersebut diterapkan etika-etika yang membentuk perilaku baik antar sesama individu.

Pedagang adalah seseorang yang biasanya memproduksi dan memperjual belikan suatu produk kepada konsumen untuk menghasilkan keuntungan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode dalam arti yang luas merupakan cara bertindak menurut sistem atau aturan tertentu. Sedangkan dalam arti khusus adalah cara berpikir menurut aturan atau sistem tertentu.⁵¹

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini ialah sebagai berikut :

A. *Jenis dan Pendekatan Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam, yaitu untuk memeriksa masalah secara khusus karena metodologi kualitatif percaya bahwa sifat masalah yang satu akan berbeda dari sifat masalah lainnya. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak luas.⁵²

Meskipun demikian, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan referensi berupa buku-buku atau literatur yang relevan sebagai suatu rujukan.

⁵¹ Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 41

⁵² Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Cikarang: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), h. 7

2. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer di dapat dari hasil wawancara pedagang kue tradisional, sedangkan data sekunder di dapat dari berbagai jurnal dan buku-buku.

Penelitian menggunakan dua metode pendekatan untuk mengumpulkan data yaitu sebagai berikut :

a. Pendekatan Teologis Normatif (*Syar'i*), yaitu pendekatan ini digunakan untuk mengetahui ketentuan-ketentuan hukum yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis terhadap masalah yang berhubungan dengan etika dagang.

b. Pendekatan Fenomenologi, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami suatu fakta gejala-gejala maupun peristiwa yang bentuk keadaannya dapat diamati dan dinilai lewat kacamata ilmiah, pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan fakta-fakta, gejala, maupun peristiwa secara obyektif yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁵³

B. Lokasi Penelitian

Untuk menunjang informasi tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi. Tadda), penelitian ini akan dilakukan di Pasar Andi Tadda Kota Palopo

⁵³ Heri Irawan, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017, h. 44

C. Penentuan Populasi dan Sampel

1) Populasi, adalah keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti.⁵⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pedagang kue Tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

2) Sampel, adalah sebagian atau *subset* (himpunan bagian), dari suatu populasi.⁵⁵ Sampel yang digunakan adalah beberapa pedagang kue yang berada di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilapangan, peneliti menggunakan :

1. Wawancara, adalah kegiatan memperoleh informasi dengan cara melakukan proses tanya jawab antara penanya dan narasumber/sumber informasi.⁵⁶ Proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁵⁷

2. Observasi, menurut Nawawi dan Marini adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu

⁵⁴ Amirullah, *Populasi dan Sampel (Pemahaman, Jenis, dan Teknik)*, (Malang: Bayu Media Publishing Malang, 2015), h. 67

⁵⁵ Harnaldi, *Prinsip-prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 2

⁵⁶ Erwan Juhara, dkk, *Cendikia Berbahasa*, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2005), h. 96

⁵⁷ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 81

gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.⁵⁸ Observasi kualitatif bersifat naturalistik. Observasi kualitatif diterapkan dalam konteks suatu kejadian natural, mengikuti alur alami kehidupan amatan.⁵⁹

3. Dokumentasi, adalah sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dengan bahan-bahan tulisan lainnya.⁶⁰

⁵⁸ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 106

⁵⁹ Hasyim Hasanah, “*Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*”, (Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Semarang), *Jurnal At-Taqaddum*, Vol. 8 No. 1, 2016. h. 23

⁶⁰ Sarwono Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 225

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Pasar Andi Tadda Kota Palopo yang dulunya di Luwu Plaza merupakan salah satu pasar tradisional yang ada hingga sekarang, yang pada awal mulanya terbentuk pasar ini karena permintaan masyarakat yang ada di Luwu Plaza tepatnya di jalan Landau.⁶¹ Pada akhirnya pelataran Luwu Plaza pun dijamuri oleh para pedagang dan para pembeli. Sehingga keadaan Luwu Plaza yang berada tepat di tengah-tengah Kota Palopo sangatlah amburadul dan jorok karena para pedagang tidak sadar akan kebersihan sehingga membuang sampah sembarangan. Namun para pedagang pun sangat menginginkan tempat yang nyaman, strategis dan permanen. Pemerintah pun tidak tinggal diam, pemerintah mencari lahan kosong yang strategis untuk dijadikan Pasar sehingga lahan yang lama di alih fungsikan ke lahan baru. Seiring berjalannya waktu Pasar Andi Tadda pun di resmikan pada tahun 2008 dan pada tahun 2010 mulai dikenal oleh masyarakat. Nama pasar diambil dari nama jalan tempat berdirinya pasar ini yaitu jalan Andi Tadda.⁶² Setelah pasar ini di renovasi (perbaikan) pasar ini kembali diresmikan pada tahun 2016. Setelah melakukan perbaikan, tempat para pedagang di dalam pasar mulai beraturan dan kegiatan pasar pun berjalan hingga sekarang.

⁶¹ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

⁶² Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

Keberadaan Pasar Andi Tadda sudah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, sebab masyarakat sangat mudah untuk mencari barang-barang yang mereka butuhkan walaupun terkadang area di pasar ini sangat macet karena angkutan umum dan luas jalannya pun lumayan sempit.

2. Letak Geografis Pasar Andi Tadda

Pasar Andi Tadda terletak di kelurahan Pontap Kec. Wara Timur Kota Palopo. Pasar Andi Tadda berdiri di atas tanah seluas kurang lebih 10 Ha dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah selatan berbatasan dengan Andi Tadda
- b. Sebelah utara berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- c. Sebelah barat berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- d. Sebelah timur berbatasan dengan lokasi pemukiman warga

Dengan melihat letak geografis Pasar Andi Tadda tersebut, maka diharapkan agar pasar ini dapat beroperasi dan berkembang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh pedagang dan masyarakat. Disamping itu letak Pasar Andi Tadda ini cukup dekat dengan kawasan laut, dalam artian bahwa para nelayan sangat mudah untuk memasarkan hasil tangkapannya.

3. Visi Misi serta Tujuan Pasar Andi Tadda Kota Palopo

a. Visi

Terwujudnya pasar yang tertib, bersih, indah, nyaman dan tentram dalam memajukan ekonomi kerakyatan guna menuju pemerintah yang mandiri.

b. Misi

1. Mengembangkan potensi dan fasilitas sarana dan prasarana Pasar.

2. Menerapkan pengelolaan manajemen Pasar yang baik melalui Standar Operation Procedure (SOP) guna mengukur kinerja manajemen.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna Pasar.
4. Menertibkan baik pedagang, administrasi dan pemungutan retribusi serta sistem penerapan yang akurat.
5. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas sumber daya yang ada serta meningkatkan pengawasan.

c. Tujuan

1. Turut serta melaksanakan pembangunan daerah dan ekonomi nasional.
2. Meningkatkan pelayanan serta kebutuhan masyarakat khususnya pengguna Pasar.
3. Membantu dan turut mengutamakan kelancaran distribusi bahan-bahan keperluan sehari-hari.
4. Meningkatkan kontribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).⁶³

d. Fasilitas Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Pasar merupakan salah satu tempat yang di gunakan oleh masyarakat untuk mencari kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, baik dalam bentuk sandang maupun pangan. Namun tanpa adanya sebuah fasilitas yang mendukung, penjual dan pembeli merasa kurang nyaman dan transaksi yang terjadi pun tidak dapat berlangsung dengan baik. Dalam sebuah pasar tidak terlepas dari fasilitas yang di sediakan, fasilitas yang sangat penting yaitu kamar mandi dan mushollah. Setiap kegiatan berbisnis tidak boleh melupakan atau melalaikan kewajiban untuk

⁶³ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

beribadah kepada Allah, karena dengan mengingat Allah setiap kegiatan yang dilakukan akan berkah dan akan bernilai pahala. Hal ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas sangat menunjang dalam kegiatan berbisnis. Berikut adalah beberapa fasilitas yang ada di Pasar Andi Tadda Kota palopo.

1. Kantor
2. Tempat berjualan (los atau palataran)
3. Kamar mandi
4. Musollah
5. Tempat sampah
6. Tempat parkir⁶⁴

Tabel 4.1

Jumlah Kios Dan Los (Pelataran) Di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

No	Uraian	Jumlah
1.	Kios	224
2.	Los atau Pelataran	260

Sumber: Kepala Pasar (Ketua UPTD) Andi Tadda

B. Hasil Penelitian

Etika Bisnis Islam yang ada pada Pedagang Kue Tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Implementasi etika bisnis adalah suatu penerapan etika-etika yang harus dilakukan dalam berbisnis secara baik dan memiliki tujuan yang jelas, dan di

⁶⁴ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

jadikan sebagai pedoman dalam melakukan suatu perdagangan dengan melihat aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam hukum islam. Fauzan (2013) menyatakan bahwa etika bisnis islam memiliki dua aspek yang melekat yakni kejujuran dan keadilan. Prinsip kejujuran melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu tidak menutupi kecacatan pada barang, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, dan segala macam transaksi yang dilarang dalam islam. Sedangkan prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan di dunia dan diakhirat serta tanggung jawab kepada sesama manusia dan tanggung jawab kepada Allah atas segala yang telah diperbuatnya di dunia.⁶⁵

Mendirikan suatu usaha, langkah awal yang harus dilakukan yaitu membuat perencanaan dan penerapan strategi, selain itu penerapan etika bisnis juga paling di utamakan karena etika bisnis sangatlah penting dalam menjalankan sebuah usaha. Salah satu etika bisnis yang sering dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah dengan cara melakukan pemasaran yang sesuai dengan ajaran islam atau dengan kata lain etika bisnis. Adapun definisi etika bisnis itu sendiri adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang mencakup kegiatan perdagangan, dalam kegiatan perdagangan tersebut harus menerapkan nilai kejujuran antar sesama sesuai dengan aturan hukum islam.

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti memilih lima orang untuk dijadikan sumber, lima narasumber yang dipilih dirasa cukup untuk mewakili usaha yang memang penulis fokuskan yaitu pedagang kue tradisional

⁶⁵ Galuh Anggraeny, “*Pembejajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta* ”, (Surakarta), *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, Vol. 1. No. 1, 2017

yang ada di Pasar Andi Tadda Kota Palopo. Peneliti menemukan jawaban dari hasil wawancara dengan narasumber tentang bagaimana implementasi etika bisnis islam yang terjadi antar sesama pedagang kue tradisional. Sebagai kewajiban seorang muslim yang dalam hal ini merupakan pedagang adalah untuk menerapkan bisnis pedagang secara islami seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Berdasarkan hasil wawancara mengenai realita bisnis mereka dan bagaimana mereka mengimplementasikan etika bisnis islam antar sesama pedagang maupun kepada pembeli.

Narasumber pertama adalah ibu Kiki tinggal di jalan Andi.Makkulau. Lokasi penelitian pertama dilakukan di pelataran Pasar Andi.Tadda. Ibu kiki adalah seorang pedagang kue tradisional yang memiliki 10 jenis kue dengan harga 5000 per 4 buah kue, dia menceritakan bahwa dia adalah seorang pedagang musiman,yang hanya menjual ketika bulan Ramadhan saja karena omset yang dihasilkan ketika bulan suci Ramadhan sangat tinggi.

Ibu Kiki menjelaskan “Saya asli orang sini jika nak, saya penjual musiman kalau bulan Ramadhan saja karena omset yang saya dapat kalau Ramadhan sekitar 500-700 ribu perhari itu pun kalau habis semua ji jualan ku. Ini kue saya bikin sendiri baru saya bawa mi kesini, nah sekarang susah sekali mau tawarkan ke pembeli karena banyak mi saingan sekarang jadi pintar-pintar ta saja rayu pelanggan, makanya biasa kalau ada pelangganku yang beli ta banyak saya kasih juga tambah-tambahnya. Kejujuran juga penting sekali karena kalau tidak jujur ki kecewa pelanggan bisa-bisa lari semua pelanggan. Tidak boleh ki juga saling iri sama penjual lain karena sama-sama ki cari nafkah, rezeki sudah ada yang atur.”⁶⁶

Betapa pentingnya menanamkan sebuah kejujuran di dalam menjalankan suatu usaha, karena kejujuran adalah kunci dari suatu keberhasilan. Dengan

⁶⁶ Kiki, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

adanya kejujuran para pelanggan pun merasa senang untuk berbelanja tanpa rasa khawatir. Terutama untuk bahan-bahan yang digunakan harus menggunakan bahan-bahan alami dan tanpa pengawet, karena pelanggan pun sangat mahir dalam soal cita rasa. Jika mereka merasa dibohongi, mereka pun enggan datang kembali untuk belanja.

Narasumber ke dua adalah ibu Tini yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda). Ibu Tini sudah memulai usahanya sejak 3 tahun, dia adalah seorang pedagang kue tradisional yang menjual hasil olahannya setiap hari di Pasar Andi Tadda. Kue yang dijualnya pun sangat beragam, ada 10 macam jenis kue yang dibuat mulai dari kue yang bertekstur basah hingga yang bertekstur kering seperti gorengan. Ibu Tini menyewa los (pelataran) di Pasar Andi.Tadda sehingga tempat jualannya pun menetap, sehingga orang mudah untuk menemukan lokasi tempat berjualan.

Ibu Tini mnejelaskan “Saya sudah menjual disini dari tahun 2017, kue yang saya bikin juga tidak terlalu banyak macam ji yang penting lancar. Kue yang saya jual itu seperti ini mi lopis, onde-onde, abba, lapis, bingka sama yang lain-lainnya, kue ku juga saya sendiri ji yang bikin tidak mau ka saya pake bahan-bahan pewarna untuk kue ku karena saya jaga cita rasa sama kualitasnya. Cara ku tarik pelanggan itu saya tawarkan langsung sama pembeli harus ki juga ramah sama pembeli, murah senyum supaya datang kembali membeli. Omset yang biasa saya dapat itu 250 rbu sampai 300 karena banyak pesaing itupun juga tergantung pembeli ji, kalau banyak pembeli yaa banyak juga di dapat. Apalagi kue yang dijual rata-rata sama semua dengan yang na jual orang, jadi harus ki memang sabar karena banyak penjual harus ki juga bersaing secara sehat tidak saling menjatuhkan karena itu mi nanti yang kasih tidak bagus hubungan ta sama orang lain.”⁶⁷

⁶⁷ Tini, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

Ibu Tini sudah menerapkan etika bisnis islam antar sesama pedagang seperti bersaing secara sehat antar sesama pedagang dan tidak saling menjatuhkan pedagang yang lain karena saling menjatuhkan sangat tidak di anjurkan. Keramahan dan kejujuran pun harus selalu diterapkan dan terbukti karena ketika saya belanja Ibu tini langsung senyum kepada setiap pembelinya dan tetap menjaga kualitas barang dagangannya agar pembeli pun merasa senang, jadi pembeli akan merasa nyaman, dan yang paling penting adalah masalah kebersihan, baik itu untuk tempat berjualan maupun untuk kue yang ditawarkan harus tetap terjaga.”

Narasumber ke tiga adalah Ibu Ariani yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda). Ibu Ariani adalah seorang pedagang kue tradisional dan telah berjualan di Pasar Andi.Tadda selama 5 tahun. Kue yang dibuatnya pun cukup banyak sehingga meja jualannya pun sangat padat di penuh dengan aneka ragam kue yang memiliki beragam bentuk dan rasa. Ibu Ariani ini sudah lama berjualan sehingga pelanggannya pun cukup banyak dan orangnya pun sangat baik. Cara penjualannya pun menggunakan penawaran secara langsung maupun tidak langsung, dia menggunakan media sosial untuk memasarkan kuenya sehingga orang banyak yang mengetahuinya dan tergiur untuk mencobanya. Harganya pun juga sama dengan pedagang lain yaitu 5000 per 4 buah kue, para pembeli bebas untuk memilih kue apa yang mereka sukai selain harganya yang terjangkau, rasanya pun juga enak sehingga orang pun ketagihan. Ibu Ariani memiliki 1 orang anggota yang membantunya dalam menjual karena Ibu Ariani biasa kewalahan dalam melayani pembeli.

Ibu Ariani menjelaskan “ Banyak penjual kue disini tapi beda-beda semua rezekinya orang, semua juga dari kitanya ji bagaimana carata tawarkan kue ta ke pembeli supaya tertarik i. Rasanya juga tidak boleh di ubah-ubah karena dari rasa juga orang na coba enak atau tidaknya. Tapi saya tetap saya pertahankan rasa sama kualitasnya kue ku takut ki kalau kecewa i pelanggan karena di ubah rasanya, jangankan rasanya yang di ubah bentuknya saja biasa di ubah sedikit na bertanya-tanya orang mau beli i. Kalau masalah omset juga yaa tidak tentu, kadang 350 kadang juga 450 karena tergantung banyaknya ji pembeli tapi harus di syukuri semua itu rezeki tidada yang tau i dek. Akhlak ta juga harus selalu dijaga, biar sama siapa, apalagi kita menjual dipasar banyak teman-teman ta jangan sampai tersinggung atau apa sama perkataann ta. Harus saja di jaga itu hubungan baik ta sama pedagang-pedagang lain karena kalau ada orang yang cari kue na habis mi kuenya pedagang lain pasti ke kita lagi na tunjuk supaya laku juga kue ta. Memperlancar rezeki juga itu kalau baik ki sama orang, orang juga senang sama kita, maka dari itu tidak boleh ki bohongi atau kelabui pembeli seperti itu mi mau pake bahan-bahan bahaya, kita saja tidak mau makan i jadi tidak boleh di kasi ke orang lain.”⁶⁸

Menjaga hubungan antar sesama pedagang itu harus terjalin dengan baik, seperti yang ada pada etika bisnis islam tidak boleh saling merugikan antar sesama pedagang apa lagi sampai menjelek-jelekkan dagangan orang lain. Jujur dalam berdagang pun selalu diterapkan agar rezeki yang didapat pun lancar, dan Saling iri pun tidak di anjurkan dalam berdagang karena porsi rezeki seseorang sudah di atur.

Narasumber ke empat adalah Ibu Rahmawati yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda) tidak jauh dari pasar yang digunakan untuk mencari rezeki, beliau adalah seorang pedagang kue tradisional yang menjual kurang lebih 8 jenis kue dalam perhari. Tetapi biasanya macam kue yang dijualnya pun bertambah sesuai dengan pesanan, kue yang dijualnya pun dibuat sendiri. Adapun orang yang mengambil kue di Ibu Rahmawati lalu di jual kembali di toko-toko

⁶⁸ Ariani, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

lain sehingga jumlah kue yang dibuatnya pun terus bertambah. Ibu Rahmawati ini sudah menerapkan etika bisnis islam dalam melakukan usahanya seperti tidak menjatuhkan pedagang lain, harus menghargai antar sesama pedagang, tidak menggunakan sistem riba. Walaupun biasanya ada pedagang lain yang iri dengan hasil penjualannya karena kue yang di jualnya itu laku, sehingga pedagang lain meniru kue yang dijualnya. Akan tetapi soal cita rasa yang dimiliki pun pastilah berbeda, pembeli pun sangat tau mana kue yang memang benar-benar enak dan mana kue yang cuman asal buat saja.

Ibu Rahmawati menjelaskan “ Awalnya itu bikin ka ini usaha karena hobi bikin-bikin kue, akhirnya saya coba-coba pasarkan dan orang suka toh akhirnya saya kembangkan terus akhirnya yaa Alhamdulillah saya sudah berapa tahun menjalani bisnis kue. Yaa syukur alhamdulillah sampai sekarang usaha saya lancar, digemari sama konsumen, begitu mi semoga usaha ku kedepannya semakin lancar dan sukses. Kalau soal bahan bakunya itu harus halal, harus ki jujur, harus jauh dari kata riba. Ada itu pedagang iri sama lakunya kue ta, itu namanya ee bersaing tidak sehat, kita itu terapkan misalnya kita tidak boleh anu harus ki bersaing secara sehat, tidak boleh menjatuhkan teman, tidak boleh menjelek-jelekkan. Soal omset ku dalam satu hari kalau menjual ka dari pesanan itu sekitar 150 perhari, tapi kalau ada pesanan yaa biasa sampai 200 lah 300 juga biasa tidak menentu sesuai dari pesanan yang ada ji. Startegiku supaya datang pelanggan itu yang pertama harus ki jaga kualitasnya, rasanya harus di jaga, tidak boleh membohongi konsumen, harus ramah sama konsumen.”⁶⁹

Dari hasil wawancara, terbukti bahwa memang etika bisnis islam dalam menjalankan suatu usaha itu sangat di butuhkan dan harus diterapkan oleh semua pedagang. Jika tidak di terapkan maka pedagang akan gelap mata dan bertindak semaunya bahkan akan merugikan pedagang lain seperti menjatuhkan antar sesama pedagang.

⁶⁹ Rahmawati, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

Narasumber kelima adalah ibu Jumaryah yang tinggal di Tanjung Ringgit, mencari nafkah di Pasar Andi Tadda kota Palopo dengan menjual kue tradisional demi memenuhi keuangan keluarganya. Dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab, Ibu Jumariyah menekuni bisnis yang digelutinya. Hasil yang di dapatkan cukup menjanjikan, apalagi jika ada pesanan yang di dapat. Kue yang dijualnya adalah kue tradisional seperti kue abba, lapis, putu, dan semacamnya. Tanggung jawab yang dimiliki Ibu Jumariyah yaitu dengan menyesuaikan pesanan yang diinginkan oleh pembeli dan tidak mengecewakan pembeli karena jika pembeli kecewa maka mereka enggan untuk kembali.

Ibu Jumariyah menjelaskan “ menjual ka kue nak lumayan lama mi juga, yaa demi keluarga dibantu-bantu cari uang untuk anak sekolah apalagi apa-apa sekarang naik mi tidak mungkin ki mau tinggal bang kasian. Tapi untungnya bisa jika bikin kue itu mi bikin ka kue baru sa jual dipasar. Memang untungnya lumayan tapi begitu mi nak banyak sekali penjual jadi kadang habis kue ku kadang juga tidak jadi tergantung dari pembeli ji tapi disyukuri saja namany rezeki. Semakin ki mengeluh semakin berat juga itu beban jadi di nikmati saja yang penting jujur ki tidak boleh ki juga kecewakan pembeli, harus ki bertanggung jawab juga, kue yang di jual sesuai dengan apa yang ditawarkan sama pembeli, tidak boleh ki bilang bagus ini kue ku baru-baru ji dibikin na padahal anu bermalam mi, atau ada kue ta cacat harus ki juga bilangi orang yang mau membeli jangan sampe kecewa i pas na makan harus ki juga tepati janji ta kalo ada orang memesan kue ini na beda hasilnya sama yang datang berarti tidak bertanggung jawab ki itu jangan cuman asal buat saja sampe rasa sama bentuk beda, tidak boleh begitu karena perbuatan tidak baik itu. Bertanggung jawab ki dengan perkataan ta juga akan na percaya terus ki pembeli karena pembeli itu adalah raja jadi tidak boleh dikasi kecewa.”⁷⁰

Dari hasil wawancara, bertanggung jawab adalah perilaku yang harus di tanamkan dalam diri seseorang, baik dalam dunia perdagangan maupun tidak. Dengan bertanggung jawab, seseorang akan merasa nyaman dan tidak ragu

⁷⁰ Jumariyah, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

terhadap seseorang maupun barang yang ditawarkan, karena dari tanggung jawab rasa kepercayaan seseorang akan muncul karena niat yang baik akan menghasilkan yang baik pula.

C. Pembahasan

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis.⁷¹

Jadi Etika bisnis islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan dari lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka penulis dapat mengurai berbagai etika bisnis di Pasar Andi. Tadda Kota palopo berdasarkan perilaku pedagang terhadap penerapan etika bisnis. Kelima narasumber yakin bahwa penerapan etika bisnis islam ini belum berjalan sebagaimana mestinya, masih adanya pedagang

⁷¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Walisongo Press, 2009), h. 22.

yang melakukan persaingan usaha dengan cara yang tidak sehat, ada sisi negatif yang dilakukan dalam penerapan etika bisnis.

Penerapan etika bisnis islam masih belum dipahami secara utuh oleh masyarakat terutama perilaku bisnis baik yang awam terhadap istilah ini ataupun mereka yang sebenarnya mengetahui hal ini. Banyak perilaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis dalam menjalankan usahanya atau hanya menjalankan etika yang menurut mereka benar dan menguntungkan baginya. Sifat- sifa Rasulullah dalam etika bisnis Islam yang telah di terapkan di Pasar Andi.Tadda Kota Palopo menurut hasil yang di dapat oleh peneliti yaitu:

1. *Siddiq (jujur/benar)*

Kejujuran adalah masalah dasar yang ada dalam etika bisnis islam. Ketika kejujuran ini dilanggar oleh para pelaku bisnis maka tidak adanya transparansi, menimbun, monopoli, dan munculnya sifat keserakahan dalam memperoleh keuntungan menjadi rentetan masalah berikutnya. Akhirnya para pelaku bisnis akan saling mendzolimi satu sama lain karena etika bisnis islam yang di abaikan. Seperti yang telah di paparkan oleh narasumber Ibu Kiki yaitu:

“Kejujuran juga penting sekali karena kalau tidak jujur ki kecewa pelanggan bisa-bisa lari semua pelanggan. Tidak boleh ki juga saling iri sama penjual lain karena sama-sama ki cari nafkah, rezeki sudah ada yang atur”.⁷²

Prinsip utama dalam menjalankan suatu usaha adalah menerapkan nilai kejujuran. Kejujuran sangat penting untuk diterapkan baik antar sesama pedagang maupun kepada pembeli, seperti penerapan etika bisnis yang ada pada pedagang kue tradisional di Pasar Andi.Tadda Kota Palopo tidak menjual barang yang sudah tinggal atau tidak layak untuk dijual. Sifat terpuji seperti kejujuran ini

⁷² Ibu Kiki, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo

adalah sifat yang sangat di senangi oleh Allah SWT. Pembeli seharusnya menerima barang dengan keadaan yang baik agar konsumen tidak merasa dirugikan, dan apabila terjadi kerusakan pada barang yang dijual para pedagang harus memberitahukan bahwa barang yang dijual itu ada kerusakan agar tidak menimbulkan unsur kebohongan.

Sifat jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama bagi pelaku bisnis dan pada hakekatnya, semua benci dengan kebohongan dan kepalsuan, hanya akal yang kotor dan logika yang tidak normal yang menyenangkan kebohongan dan kepalsuan yang pada umumnya mendatangkan kerugian pada bisnis, baik kerugian hati nurani maupun kerugian fisik, untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu menonjolkan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, hal macam ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya terkesan bagus padahal terdapat cacat padanya. Termasuk dalam memperlihatkan kepada pelanggan cara menimbang barang yang akan dijual.

Sikap jujur dapat pula dikatakan sebagai mata uang yang paling berharga sebagai seorang pebisnis karena dapat mendatangkan keberuntungan dan keberkahan sehingga bisnis pada akhirnya dapat terus eksis dan berkembang terlebih lagi keberkahannya. Oleh karenanya mengetahui dan memahami etika bisnis dalam berdagang sangatlah penting agar tercipta persaingan yang sehat dikalangan perdagangan, dan demi keberlangsungan aktivitas bisnis dalam jangka yang lebih panjang. Islam tidak hanya menjadikan aktifitas bisnis sebagai

keuntungan dunia saja, islam juga memberikan porsi yang sama untuk mendapatkan keuntungan akhirat melalui aktifitas bisnis, dan sifat jujur harus diterapkan dalam diri seseorang..

Etika bisnis islam berkaitan erat dengan keteladanan Rasulullah Saw. Hal ini dapat dilihat dalam berbagai literatur yang mengisahkan tentang Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya yang kental dengan prinsip keislaman. Alquran dan As-sunnah adalah dua hal yang ditinggal Rasulullah Saw. Kepada umatnya untuk dijadikan pedoman hidup salah satu dalam bermuamalah.

2. *Amanah* (Terpercaya)

Amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga dapat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya).

Sifat *amanah* dan jujur dalam dunia bisnis sangatlah penting untuk diterapkan dan sangat dibutuhkan baik bagi pedagang maupun pembeli. Maksud sifat jujur dan *amanah* dalam berjual beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat pada dagangan yang dijual. Seperti yang telah dipaparkan oleh Ibu Jumaryah :

“ harus ki bertanggung jawab juga, kue yang di jual sesuai dengan apa yang ditawarkan sama pembeli, tidak boleh ki bilang bagus ini kue ku baru-baru ji dibikin na padahal anu bermalam mi, atau ada kue ta cacat harus ki juga bilangi orang yang mau membeli jangan sampe kecewa i pas na makan harus ki juga tepati janji ta kalo ada orang memesan kue ini na beda hasilnya sama yang datang

berarti tidak bertanggung jawab ki itu jangan cuman asal buat saja sampe rasa sama bentuk beda, tidak boleh begitu karena perbuatan tidak baik itu.”⁷³

Berdagang yang halal dengan sifat-sifat terpuji diatas adalah pekerjaan yang disukai dan dianjurkan oleh Rasulullah, karena dengan inilah yang menyebabkan keberkahan dan kebaikan dalam perdagangannya dan jual beli, sebab dengan diterapkannya sifat *amanah*, aktifitas perdagangan yang dilakukan pun akan berjalan dengan baik.

3. *Fatanah* (Cerdas)

Sifat *fatana*h dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat *fatana*h adalah bahwa segala aktifitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan, memiliki sifat jujur dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Yang terpenting pula bahwa para pelaku bisnis harus memiliki sifat *fatana*h yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usaha yan dijalankan bisa lebih efektif serta mampu menghadapi persaingan yang akan datang.

Sikap *fatana*h ini sangat penting diterapkan dalam dunia bisnis, karna sikap *fatana*h ini berkaitan dengan dunia penjualan, keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana cara pedagang untuk menarik pembeli agar datang untuk membeli barang dagangan tersebut. Seperti yang telah dipaparkan oleh ibu Ariani :

⁷³ Ibu Jumaryah, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi. Tadda Kota Palopo

“Banyak penjual kue disini tapi beda-beda semua rezekinya orang, semua juga dari kitanya ji bagaimana carata tawarkan kue ta ke pembeli supaya tertarik i. Rasanya juga tidak boleh di ubah-ubah karena dari rasa juga orang na coba enak atau tidaknya.”⁷⁴

Dengan demikian, apapun yang dilakukan didunia ini adalah untuk mencapai ridha Allah swt., sebagai seorang muslim, harus mampu memiliki potensi dan kreatifitas yang besar yang telah diberikan oleh Allah swt., potensi paling berharga dan termahal yang diberikan pada manusia adalah akal karena salah satu ciri manusia yang bertakwa adalah orang yang mampu mengembangkan kemampuan yang dimiliki.

4. *Tabligh*(Komunitatif-Prommotif)

Sifat *tabligh* nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika dititipi *amanah* oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalahgunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad saw., untuk mencontoh, menyampaikan, dan menerapkan sikap *tabligh* dalam segala aspek terutama didalam dunia bisnis.

Tabligh merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah komunikasi bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi adalah komunikasi efektif dan empati.

⁷⁴ Ibu Ariani, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi. Tadda Kota Palopo

Media penjualan adalah sistem yang lahir dari kemampuan penerapan sikap *tabligh* (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi yang baik pedagang tidak mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan.

Penjelasan diatas, sifat-sifat Rasulullah saw., dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan dalam dunia perdagangan yaitu: *shiddiq*, *amanah*, *fatamah*, dan *tabligh*.

Shiddiq membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, selalu menerapkan sifat jujur antar sesama baik antar pedagang maupun antar pembeli. Barang yang dijual tidak menggunakan bahan yang berbahaya, dan menjelaskan buruk ataupun kecacatan yang adapada barang yang dijual.

Amanah menjadikan sistem kerja sama yang baik, tidak mengandung unsur penipuan dalam setiap aktifitas yang dijalankan. Dari sifat *amanah* inilah mampu menciptakan hubungan bisnis yang baik, agar sifat ini berkembang menjadi budaya hubungan bisnis antara satu orang dengan orang lainnya. Sifat *amanah* menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk dan juga garansi terhadap kerusakan barang.

Fatanah ini sangat penting bagi pedagang, karena sifat *fatamah* berkaitan dengan perdagangan, cara merayu pelanggan agar cepat tertarik dengan barang yang ditawarkan sehingga menghasilkan keuntungan yang diinginkan.

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses

sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq*, *tabligh*, *amanah*, dan *fatamah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq*, *amanah*, dan *fatamah*. Dalam hal ini belum semua pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam, karena mereka masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga sifat rasa iri terhadap sesama pedagang terkadang masih muncul dalam diri para pedagang, sehingga dapat merugikan diri sendiri.

Rasa iri yang biasa terjadi antar sesama pedagang seperti menjelek-jelekkan barang dagangan orang lain, atau merasa kurang puas atas hasil yang diperoleh oleh orang lain sehingga menimbulkan penyakit hati sehingga mereka gelap mata dan menghalalkan segala cara agar tidak merasa tersaingi oleh pedagang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Andi Tadda Kota Palopo, peneliti menarik kesimpulan tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Kue Tradisional (Studi Kasus Pasar Andi Tadda Kota Palopo) sebagai berikut :

Empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq, tabligh, amanah, dan fatanah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq, amanah, dan fatanah*. Dalam hal ini belum semua pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam, karena mereka masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga para pedagang hanya menjalankan bisnisnya dengan cara yang mereka yakini itu baik dan benar baginya dalam menjalankan usahanya, padahal dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan suatu usaha dapat mendatangkan keberkahan dari Allah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang di jelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi para pedagang untuk lebih memperhatikan dan menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan bisnis.
2. Sebaiknya seluruh pedagang kue tradisional di pasar Andi. Tadda berusaha memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dilakukan oleh Rasulullah saw.
3. Sebaiknya pedagang meninggalkan dan tidak mudah terpengaruh oleh praktik bisnis kapitalis, yang hanya mementingkan keuntungan yang banyak tanpa memerhatikan keberkahan yang didapat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Proses terciptanya suatu kreatifitas dan inovatif ketika mampu membuat sesuatu yang berbeda seperti yang ada pada setiap negara, khususnya mengenai kue tradisional. Suatu negara pasti memiliki keanekaragaman dan ciri khas dalam bentuk makanan, khususnya dalam bentuk kue tradisional, seperti di Indonesia yang kaya akan berbagai jenis kue yang berbeda bentuk dan rasa yang dimiliki. Setiap daerah pasti mempunyai daya tarik tersendiri dari segi makanan khasnya. Makanan tradisional ini tentu saja merupakan salah satu warisan kekayaan kuliner bangsa Indonesia yang harus di lestarikan agar ciri khas yang dimiliki dapat diketahui oleh banyak orang bahkan sampai mancanegara, dan masyarakat luar pun akan penasaran dan lebih tertarik untuk mencoba makanan khas tersebut.

Makanan tradisional sangat dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang sering mengkonsumsi kue tradisional, baik ketika sarapan maupun sampai acara resmi lainnya. Kue tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena harganya yang terjangkau, rasa yang dimiliki pun sangat enak dan mudah ditemukan di setiap lingkungan masyarakat, sehingga masyarakat sangat sulit untuk lepas dari panganan kecil ini. Disisi lain pun panganan ini baik bagi kesehatan karena terbuat dari bahan-bahan yang baik bagi kesehatan dan memiliki gizi yang seimbang.

Bahan dari pembuatan kue tradisional ini pun sangat mudah didapatkan, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membuka usaha pembuatan kue

tradisional. Di sisi lain, masyarakat Indonesia pun sangat menggemari makanan yang memiliki cita rasa manis, sehingga peminatnya pun semakin banyak.

Seiring dengan berkembangnya kue tradisional di lingkungan masyarakat dan banyaknya peminat sehingga menimbulkan persaingan antar sesama penjual. Dalam setiap usaha pasti memiliki yang namanya persaingan, baik itu persaingan yang sehat maupun persaingan yang tidak sehat. Akan tetapi jika ditelusuri sebagian dari penjual sudah tidak lagi memerhatikan etika dalam berbisnis sehingga akan menimbulkan persaingan yang tidak sehat.

Terdapat hubungan yang erat antar etika bisnis dan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Keberadaan aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat penting untuk mewujudkan persaingan yang sehat. Munculnya persaingan tidak sehat adalah karena peran dan hukum serta etika bisnis dalam persaingan bisnis belum berjalan dengan baik. Dalam bisnis, ada persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan bisnis membenarkan segala upaya untuk mendapatkan laba bisnis dan memenangkan persaingan.

Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah ialah apa yang disebut dengan *value driven*, artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. Konsep erat hubungannya dengan *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antar sesama pedagang, produsen, dan para pelanggan. Rasulullah tidak diragukan lagi dalam ajaran-ajarannya, selalu memperhatikan bagaimana seorang pedagang menjaga hubungan dengan konsumen, beliau tidak betengkar dengan pelanggan maupun pedagang lainnya. Karena reputasinya yang lurus dan

tepat perhitungannya dalam berdagang, semua orang yang berhubungan dengan beliau selalu merasa senang, puas, yakin, dan percaya akan kejujuran Rasulullah.¹

Sejauh ini, banyak orang memahami tujuan bisnis, yaitu untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Hukum ekonomi klasik yang mengontrol modal sesedikit mungkin dan menghasilkan laba sebanyak mungkin telah membuat para pelaku bisnis membenarkan segala cara untuk memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, manajemen, dan pemasaran selektif dan seefisien mungkin. Ini tidak mengherankan jika pebisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.²

Etika bisnis itu sendiri digunakan untuk mengendalikan perilaku para pesaing bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Persaingan bisnis yang dianggap baik, jika memenuhi semua norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma yang menjalankan bisnis yang baik. Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Tanpa menerapkan etika bisnis yang benar, sangat mungkin pelaku bisnis akan melakukan malpraktik yang merugikan konsumen.³ Dan kurangnya kesadaran bahwa di dalam melakukan

¹ Prof. Dr. H. Buchori Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, Cet. III, h. 20-21.

² Muhammad Riza, *"Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam"*, (Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2017), h. 1

³ Wahyu Mijil Sampurno, *"Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Makan"*, (Pemalang: Universitas Islam Indonesia), Sampurno, *Journal Of Islamics Economics Lariba* 2016, Vol. 2, Issue 1:13-18. h. 13

bisnis maka etika harus terus diterapkan agar etika dalam berbisnis seperti persaingan tidak sehat antar sesama pebisnis tidak terjadi.

Sebagai contoh persaingan tidak sehat yang biasanya dilakukan oleh penjual yaitu dengan membuat produk yang sama dengan produk yang dijual oleh penjual lain yang tempat penitipan kue tersebut berada pada toko yang sama, hal ini dikarenakan adanya kue yang laris dan memiliki banyak peminat sehingga penjual lain tergiur dengan larisnya kue tersebut sehingga menimbulkan rasa iri terhadap hasil yang di dapat oleh orang lain. Hal seperti ini sangat merugikan pihak lain karena dapat menyebabkan hubungan antar sesama produsen kurang baik. Tetapi alangkah lebih baik jika setiap pengusaha melakukan persaingan yang sehat agar saling memberikan motivasi dan saling bertukar pikiran agar kue tradisional yang diciptakan akan lebih berkembang lagi. Dimana-mana pembeli atau konsumen sangat mendambakan kejujuran dan ketentraman dalam melakukan transaksi, karena jika dalam transaksi tersebut sudah memiliki banyak pesaing maka penjual akan semakin gelap mata dan dapat menghalalkan segala cara demi menjatuhkan pesaingnya, dan hal ini juga dapat merugikan pihak konsumen karena hilangnya perilaku jujur dalam proses transaksi berlangsung. Seharusnya pembeli atau konsumen menerima barang dengan kualitas dan kondisi yang baik pula begitupun dengan harga yang wajar. Jika dalam pemrosesan kue tersebut mengalami kekurangan-kekurangan sehingga mengurangi kualitas kue, produsen harus memberitahukan jika kue yang dijual memiliki kualitas kurang baik sehingga konsumen tidak merasa di bohongi maupun dirugikan. Jika hal tersebut terjadi, maka bisa-bisa konsumen akan lari dan berpindah ke penjual yang

lain. Apalagi pada era sekarang orang-orang lebih tertarik untuk membuka suatu usaha, karena peminat masyarakat akan makanan praktis itu semakin tinggi.

Seperti firman Allah swt. dalam Q.S. Al-Baqarah: 2/198 yaitu :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْهُ عَرَفْتُمْ
فَإَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوا كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّنْ
قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Terjemahnya :

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'aril Haram dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat”.⁴

Jadi, tidak ada dosa bagi seseorang untuk mencari rezeki di jalan Allah, selama rezeki yang di cari itu halal dan tidak merugikan pihak lain, dan tidak melanggar syariat Islam seperti berbohong atas produk yang dijual dan saling iri kepada pedagang lain.

Etika yang harus ditanamkan dalam diri seseorang baik untuk pribadi bahkan dalam dunia bisnis, perlu adanya kejujuran, timbangan yang benar, mengambil keuntungan yang wajar, tanggung jawab pribadi. Dalam kegiatan di bidang usaha maupun dalam bidang usaha lain kejujuran adalah hal terpenting yang harus diterapkan karena dengan adanya kejujuran, setiap individu sangat senang dan sangat menghargai kegiatan yang dilakukan tersebut, hal lain juga perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan bisnis ini seperti mengambil

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: Toha Putra, 2005), h. 48

keuntungan yang wajar. Produsen di sarankan untuk tidak mengambil keuntungan yang tinggi dan melampaui dari harga sewajarnya karena dapat merugikan konsumen dan konsumen pun merasa kurang puas terhadap harga yang diberikan sehingga konsumen pun akan beralih ke pedagang yang lain.

Dengan berkembangnya kue tradisional di setiap daerah, para penjual kue dapat meningkatkan perekonomiannya, karena semakin banyak peminat maka akan bertambah pula penghasilan yang di dapat karena permintaan yang dimiliki semakin tinggi. Kebanyakan pengusaha kue tradisional ini adalah usaha rumahan, maka masyarakat di daerah tersebut khususnya kaum ibu-ibu juga dapat bekerja di tempat usaha tersebut untuk menambah pendapatan dan mendapatkan pengalaman yang lebih luas tentang cara pembuatan sampai cara memasarkan kue tradisional ini. Dengan adanya inovasi yang terus dikembangkan, di harapkan kue tradisional ini akan lebih unggul dari kue-kue modern lainnya. Agar kue tradisional ini akan terus menjadi jajanan pasar yang tetap terkenal disetiap daerah.

Dari uraian dan analisis diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang diangkat adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang ada pada pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pedagang kue tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan tidak hanya melalui teori-teori yang selama ini dipelajari.

2. Bagi Akademisi

Untuk menambah koleksi penelitian sejenis ini untuk dijadikan sampel bagaimana kondisi pelaku pasar yang ada diseluruh Indonesia. Dan bagi pelaku pasar sendiri atau para pedagang baik pemula maupun berpengalaman, dapat dijadikan tambahan pengetahuan dalam aktifitas dan tata cara yang baik dalam berdagang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Desy Astrid Anindya, Pasca Sarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*”, dilakukan pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang bersifat kausalitas. Pengambilan data menggunakan survei langsung dan instrumen yang digunakan yaitu kuesioner, populasi adalah pengusaha yang beragama Islam, dan sampel sebanyak 54 responden menggunakan teknik accidental sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap laba wirausaha di Desa Delitua, Distrik Delitua ($p = 0,000$). Kesimpulan dari hasil penelitian adalah bahwa setiap pedagang Muslim harus melakukan kegiatan ekonominya berdasarkan syariah, yaitu aturan atau ketentuan yang diperintahkan Allah kepada hamba-hamba-Nya..¹

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Elida Elfi Barus dan Nuriani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)*” dilakukan pada tahun 2016. Etika bisnis Islam menjamin baik pebisnis, mitra

¹ Desy Astrid Anindya, “*pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*”. (Pascasarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, 2017: 389-412. h. 389.

bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan, namun banyak para pelaku usaha/pebisnis tidak lagi mementingkan aturan-aturan Islam dalam berbisnis, dalam artian bahwa hanya mengejar keuntungan duniawi semata. Mengabaikan etika bisnis yang seharusnya mereka terapkan namun ada satu restoran yang hadir dengan konsep bisnis Islami dengan nuansa Islami, yaitu RM Wong Solo. RM Wong Solo menggunakan konsep bisnis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Hal ini bisa dilihat dari beberapa aspek seperti karyawan, kualitas produk dan kepemimpinan. Dampak yang ditimbulkan sangat bagus, terbukti bahwa RM Wong Solo sangat menarik bagi pelanggan tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri, RM Wong Solo juga menerima banyak penghargaan di bidang kuliner. Hasil dari penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam pada RM Wong Solo sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi karyawannya yang mewajibkan semua karyawatnya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbabnya. Karena bagi mereka bisnis bukan hanya mengejar keuntungan duniawi semata tetapi juga mengharapkan ridho dari Allah swt. mereka mengeluarkan Zakat untuk setiap keuntungan yang diperoleh.²

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Benny, Program Manajemen bisnis Universitas Kristen Petra, dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa*” dilakukan pada tahun 2017. PT Pendawa Polyndo Perkasa merupakan sebuah perusahaan keluarga yang bergerak dibidang industri

²Elida Elfi Barus dan Nuriani, “*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan*, (Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara), Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 2, No. 2, 2016. h. 125.

plastik. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan wawancara. Proses analisa data menggunakan triangulasi sumber untuk mengelola data yang diperoleh, kemudian dengan hasil wawancara pada sumber lain pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa, dan ditarik kesimpulan apakah keduanya memiliki hubungan yang baik atau tidak.³

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Suanarti, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, dengan judul *“Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)”* di lakukan pada tahun 2017. Bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan. Setiap aktivitas bisnis tidak boleh mengesampingkan aspek moralitas, etika bisnis yang bermoral, erat kaitannya dengan etika bisnis yang dijelaskan dalam agama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis syariah dalam rangka membangun bisnis syariah yang telah dilaksanakan oleh Waroeng Steak dan Shake Cabang Malang, dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya.⁴

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rosnani Siregar, Fakultas *Lecturer Of Economics and Business* Islam at IAIN Padangsidempuan, dengan judul *“Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan*

³Benny, *“Implementasi Etika Bisnis Pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa*, (Surabaya: Program Manajemen Bisnis, Program Studi manajemen, Universitas Kristen Petra), Agora Vol. 5, No. 3, 2017. h. 1

⁴ Leli Rosiyana, dkk, *“Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)”*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang), Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 53 No. 1. 2017. h. 196

Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padangsidimpuan)” dilakukan pada tahun 2015. Urgensi bisnis memang tidak bisa diremehkan. Bisnis memainkan peran vital (penting) dalam kehidupan sosial sepanjang masa. Dimana kekuatan ekonomi memiliki arti yang sama dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis dapat mempengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Jadi setiap sistem ekonomi asalkan itu menjadi perlu untuk menjunjung keadilan harus dilakukan manusia. Keterlibatan muslim diperdagangan sangat terkait dengan pemahaman agama mereka tentang prinsip-prinsip hidup yang selalu menempatkan penebaran rahmat bagi seluruh alam. Dalam konteks ini para pedagang Muslim menganggap bisnis perdagangan dalam pekerjaan mulia dan legitimasi Nabi Allah. Pedagang harus memberikan harga sesuai dengan harga pasar setiap konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah agar pedagang harus mengetahui etika (moral) yang harus dimiliki oleh seorang pedagang, seperti: jujur dan amanah (dapat dipercaya), tidak suka berbicara buruk, memiliki kepribadian spiritual (taqwa), dan berperilaku baik dan simpatik (shiddiq).⁵

Persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah ditinjau dari segi judul pada penelitian terdahulu yang pertama yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha. Sedangkan penelitian terdahulu yang kedua masih adanya para pelaku bisnis yang tidak mementingkan atau memperhatikan etika bisnis Islam. Penelitian

⁵ Rosnani Siregar, “*Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padangsidimpuan)*”, (Padangsidimpuan: Lecturer Of Economics and business Islam Faculty at IAIN Padangsidimpuan), Jurnal Tazkir Vol. 01 No. 2. 2015. h. 108

terdahulu yang ketiga untuk mengetahui hubungan yang terjadi antar sesama pebisnis. Penelitian keempat membahas tentang penerapan etika bisnis syariah dalam dunia perdagangan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dalam menjalankan bisnis Islam. Sedangkan peneliti kelima membahas tentang pedagang harus mengetahui etika bisnis Islam seperti: *shiddiq* dan *amanah*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu ada yang membahas bisnis yang bergerak dibidang industri, dan lebih terfokus pada mendapatkan keuntungan. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ditinjau dari segi implementasi etika bisnis Islam.

B. Landasan Teori

1. Implementasi

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), implementasi adalah pelaksanaan, penerapan, pertemuan kedua ini bermaksud mencari bentuk tentang hal yang disepakati dulu.⁶ Menurut Usman (2002) menjelaskan bahwa implementasi adalah sebuah penerapan harus dilakukan secara terencana. Dengan kata lain dalam pengaplikasiannya, penerapan bukan sekedar bentuk kegiatan semata, namun memiliki tujuan yang jelas.⁷

2. Sejarah Etika Bisnis

Berdasarkan perkembangan zaman, manusia tidak lepas dengan yang namanya bisnis. Definisi ini bisa terlihat bahwa bisnis berada dimana-mana, baik itu dalam negeri maupun luar negeri, mulai dari barang perabot rumah tangga

⁶ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Penerbit Arkola, t.tp, h. 70.

⁷ Pengertian para ahli.com/pengertian-implementasi-adalah/# (diakses pada 08 November 2018 pukul 13.00)

sampai alat-alat elektronik. Dengan masuknya perkembangan global yang pesat banyak dampak yang terjadi disekitar dalam setiap dunia bisnis, entah itu berdampak positif atau sebaliknya yang akan merugikan banyak orang. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.

Bisnis adalah segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari.⁸ Bisnis dengan salah bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan setiap harinya, mulai dari saat ini tidur sampai tidur kembali. Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan setiap sejak bangun dari pagi hingga tidur kembali. Alarm jam weker yang membangunkan dini hari dengan lantunan merdunya adzan, sajadah alat-alat sholat kita susu instant yang kamu dan aku minum, mobil dan motor yang mengantarmu ke kantor, serta semua kebutuhan rumah tangga, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusikan dan dijual oleh para pelaku bisnis dan uang yang dibelanjakan beragam macam produk juga mungkin diperoleh dari bekerja pada suatu usaha bisnis. Contoh diatas menunjukkan betapa luasnya cakupan bisnis.⁹

⁸ Sulaeman Jajuli, M.E.I, *Ekonomi Dalam Al-Quran*, (Jogyakarta: CV. Budi Utama , 2017), h. 241.

⁹Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 15

Selain Rasulullah saw. dan para sahabatnya yang telah mengawali penerapan etika (*Akhlakul Karim*) dalam bisnis yang pula cendikiawan muslim yang terus belajar dan berusaha memperbaiki muamalah, khususnya kegiatan ekonomi diantara sekian banyak ekonomi muslim yang paling berjasa dan telah dicatat oleh sejarah:

a. Periode Awal (mulai tahun 758 M)

1) Abu Zayed bin Ali, ekonomi ini menjadi orang yang pertama yang menjelaskan harga tangguh tempo yang lebih tinggi dari harga tunai. Namun tetap melarang riba dalam bentuk apapun. Saat ini penjual kredit atau pembelian tangguh tempo menjadi salah satu model bisnis yang cukup populer dan paling banyak pelakunya.

2) Abu Yusuf, adalah ekonomi yang pertama menulis secara khusus yang menulis kebijakan pemerintah (*economy policy*) yang banyak membahas kewajiban dan tanggung jawab pemerintah dalam memenuhi kebutuhan rakyatnya. Beliau adalah salah satu ekonomi muslim yang menentang atas pajak dan tanah, sebaliknya pemerintah mengusulkan zakat hasil penelitian yang dilakukan pada waktu panen.

b. Periode Pertengahan

1) Al-Ghazali banyak membahas kebutuhan dasar (*basic needs*) yang harus dipenuhi manusia baik secara baik, demikian pula dengan pembagian masalah kerja (*division of labor*) yang benar. Larangan riba dalam bentuk apapun, peran uang yang harus beredar atau yang di edarkan sehingga membantu kelancaran

roda perekonomian. Perilaku menimbung atau menyimpang uang dibawah bantal atau perilaku tercela.

2) Ibnu Taimiyah, toko ini banyak peduli dengan masalah era atau timbangan dan ukuran-ukuran. Pengawasan terhadap harga juga sangat dianjurkan bila keadaan tidak normal. Juga permintaan dan penawaran (*demand supply*) dalam menentukan harga mendapatkan pembahasan.¹⁰

c. Periode Perkembangan (Th. 1446-1932)

Periode kebangkitan ekonomi islam yang dimotori oleh ekonomi muslim, diantaranya Shah Waliullah, Muhammad Abdul Wahab, Jamaluddin Al Afghani, Muh. Ikbal dan Ibnu Abidin. Secara keyakinan Shah Waliullah dan dilarangkan sistem perjudian dan ribawi karena bertentangan dengan syariat dan merusak kerja sama yang dibangun. Waliullah juga mendorong pemerintah supaya merekrut pengawal dan menjaga keamanan hukum dan segala peraturan yang sesuai syariat. Sebagai ekonomi yang peduli kemaslahatan bersama, beliau juga menyarankan pemerintah membangun saran dan prasarana ekonomi yang memperlancar arus manusia dan arus barang. Misalnya jalan, jembatan dan pelabuhan-pelabuhan, karena itu pemerintah harus mempunyai sumber-sumber pendapatan seperti pajak dan sebagainya guna membiayai semua pegawai pemerintah dan fasilitas yang dibangun pemerintah untuk rakyat.

Dengan demikian sebelum teori ekonomi barat, baik normatif maupun positif, para ekonomi muslim yang telah memperkenalkan membahas dan menganalisanya untuk diterapkan oleh para pelaku bisnis sesuai syariat. Bahkan

¹⁰ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Cet. 1: Alfabeta, Bandung, 2011), h. 40.

ada dugaan ilmuwan barat banyak yang datang belajar di perpustakaan muslim pada saat itu.¹¹

Bisnis dan perdagangan sudah menjadi hal yang tidak lazim untuk di bicarakan di era modern sekarang ini, dimana dimulai dari bangun tidur sampai tidur kembali tidak bisa lepas dari cakupan bisnis.

Perdagangan pada awalnya bermula dari Rasulullah saw. dan para sahabatnya. Rasulullah telah melakukan transaksi-transaksi perdagangannya secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang benar-benar jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawabnya terhadap setiap transaksi yang dilakukan.¹²

Perdagangan yang baik berawal dan diperkenalkan oleh Muhammad saw., kemudian setelah itu muncullah beberapa ekonom muslim yang tercatat dalam sejarah sebagai pelaku bisnis diantaranya pada abad ke 758 M Abu Zayed bin Ali, ekonom ini menjadi orang pertama yang menjelaskan harga tangguh tempo yang lebih tinggi dari harga tunai. Namun tetap melarang riba dalam bentuk apapun. Ibnu Maskawih menjelaskan keadilan harus diterapkan di dalam perdagangan dan

¹¹ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Cet. 1: Alfabeta, Bandung, 2011), h. 41

¹² Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 2000), h. 1

peran uang. Manusia sebagai makhluk sosial harus bekerja sama secara benar dan saling menguntungkan kedua belah pihak atau semua pihak.¹³

Pada abad pertengahan tahun 1058-1446 M para pelopor Islam yang menjadi ahli ekonom diantaranya Al-Ghazali membahas seputar larangan riba dalam bentuk apapun dan secara mengejutkan Al-Ghazali menyuguhkan pembahasan terperinci tentang peranan dan signifikansi aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan sukarela serta proses timbulnya pasar yang berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran untuk menentukan harga dan laba. Al-Ghazali menyadari bahwa perdagangan merupakan hal yang esensial bagi fungsinya sebuah perekonomian yang berkembang dengan baik dimana Al-Ghazali memberikan kode etik yang dirumuskan dengan baik bagi masyarakat bisnis yaitu permintaan, penawaran, laba, etika berperilaku dipasar, barter dan lain sebagainya.¹⁴ Ibnu Taimiyah membahas tentang produksi dan distribusi serta perdagangan internasional.¹⁵

Periode ini berkembang pada tahun 1446-1932 yang merupakan periode kebangkitan ekonomi Islam yang dimotori oleh banyaknya ekonom Islam diantaranya yaitu Shah Wauliullah Abdul Wahab, Jamaluddin al-Afghani, Muh. Ikbal dan Ibnu Abidin. Secara meyakinkan Shah Wauliullah menekankan

¹³ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 40

¹⁴ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 288-298

¹⁵ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta 2011), h. 42-43

pentingnya kerja sama dalam ekonomi dan dilarangnya perjudian dan sistem ribawi.¹⁶

Dengan demikian dari pemaparan periode diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum teori ekonomi barat baik normatif maupun positif, para ekonomi muslim telah memperkenalkan, membahas dan menganalisanya untuk diterapkan oleh pelaku bisnis sesuai syariat Islam.

Bisnis (perdagangan) menurut T. Chwee mendefinisikan istilah bisnis sebagai sesuatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (1990). Pendapat dari T. Chwee didukung oleh Musselman dan Jackson mereka mengartikan bahwa bisnis adalah suatu aktifitas yang memenuhi kehidupan dan keinginan ekonomis masyarakat, perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut (1992). Namun pendapat dari Musselman dan Jackson di bantah oleh Griffin dan Elbert bahwa bisnis tidak selalu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, melainkan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁷

Tahun 1996 pendapat dari Griffin dan Elbert di dukung oleh Gloss, Steade dan Lowry, bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpungan dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.¹⁸

¹⁶ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung:Alfabeta 2011), h. 43-44

¹⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Presfektif Islam*, (Cirebon: Alfabeta, Bandung, 2013), h. 29

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Presfektif Islam*, (Cirebon: Alfabeta, Bandung, 2013), h. 29

Semakin berkembangnya zaman banyak orang yang melakukan bisnis usaha, baik orang muslim maupun non muslim. Dari para pedagang muslim yang melakukan bisnis usaha, ada yang menerapkan bisnis usaha secara Islami maupun non Islami. Namun, pada dasarnya untuk menjadi seorang usahawan di perlukannya upaya untuk memanfaatkan nilai-nilai positif dari konsep bisnis Islami sehingga mencegahnya masuk ke dalam materialisme, menurut A. Djazuli dalam buku Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, diperlukan shibghoh (celupan) Islam sehingga tidak kehilangan jati diri sebagai muslim. Sikap hidup seorang muslim akan tercermin dalam motivasi, cara, tujuan hidupnya yang diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Motivasi adalah ibadah dengan cara berjuang, dijiwai akhlak karimah, dan tujuan akhirnya adalah keridhaan Allah swt.¹⁹

Kaum muslimin yang memperkenalkan adanya perdagangan adalah Rasulullah saw. pada waktu yang lain, Rasulullah saw. pernah memerintahkan Asy-Syifa binti Abdullah agar mengajarkan kepada Hafshah Ummul Mu'minin tentang menulis dan pengobatan dengan doa dan jampi. Beliau juga pernah mengajarkan kaum muslimah agar mempelajari ilmu tenun, menulis, dan merawat orang sakit (pengobatan).²⁰ Hasil dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa Rasulullah-lah yang pertama kali memperkenalkan kegiatan perdagangan pada umat manusia.

¹⁹ Nanih Mchendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 50

²⁰ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h. 39

3. *Pengertian Etika Bisnis Islam*

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh setiap manusia.²¹ Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa Arab disebut dengan *Akhlak*.²² Bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti atau karakter.²³

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciouness*) yang memuat keyakinan “benar dan tidaknya” sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggung jawabkan pada dirinya sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian. Dengan demikian baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yaitu berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.²⁴

²¹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Cet, 1;(Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2004), h.3

²² Idri, *Hadist Ekonomi , Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet, 1, (Jakarta; Kencana, 2015), h.323.

²³ Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet, 3,(Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2012), h.4

²⁴ Idri, *Hadist Ekonomi , Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet, 1, (Jakarta; Kencana, 2015), h.323.

➤ Pengertian Etika menurut para pakar

- Menurut M, Dawam Raharjo, istilah etika dan moral dipakai untuk makna yang sama karena kedua kata tersebut dapat dihomogenkan sebagai *custom or mores*.²⁵
- O.P Simorangkir menyatakan bahwa etika atau etik adalah pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai-nilai yang baik.
- Menurut Sidi Gazalba, etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia dipandang dari segi baik dan buruk sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.
- Burhanuddin Salam mendefinisikan etika dengan cabang-cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.
- Al-Gazalidalam kitabnya *Ihya Ulum al-Din* menjelaskan pengertian khuluq (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa yang darinya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah.²⁶

Dengan demikian etika adalah keseluruhan dari nilai-nilai tentang kebaikan, kebenaran, moralitas yang di aktualisasikan kedalam perilaku dan tindakan sehingga menciptakan kondisi kehidupan yang lebih baik terutama dalam melakukan suatu kegiatan dalam bermasyarakat. Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada sekelompok masyarakat yang berkaitan juga dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik,

²⁵ Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990 M), h. 3.

²⁶ Madjid Fakhri, *Etika Dalam Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan UMS, 1996), h. Xxi-2.

aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lain. Jadi secara linguistik, kata *etik* atau *ethis* berasal dari bahasa Yunani “*etos*” yang berarti adat, kebiasaan atau karakter yang berlaku dengan hubungannya mengenai suatu kegiatan manusia dalam suatu golongan tertentu, kelompok tertentu, dan budaya tertentu.²⁷ Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun sekelompok masyarakat dan berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain.

Bisnis adalah kegiatan memproduksi dari menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁸ Kata “Bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus yang berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, pengertian bisnis ditujukan pada kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh semua kalangan baik dalam kalangan bawah maupun kalangan atas.

Secara etimologis, bisnis berarti keadaan seseorang atau sekelompok orang sibuk dalam melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “Bisnis” sendiri memiliki tiga kegunaan yaitu, kesatuan yuridis (ukuk), teknis dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Bisnis dalam arti luas

²⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.35

²⁸ Heru Satyanugraha, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasinya*, h. 21

adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas yang memproduksi suatu barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.²⁹

➤ Pengertian bisnis menurut para pakar

- Menurut Steiner bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat.
- Menurut J.S Nimpoena, pengertian bisnis dalam arti sempit, tidak lain dari fiksi. Adapun dalam arti luas bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik.
- Menurut Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Jadi, etika bisnis adalah seorangkat aturan moral yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah, bohong dan jujur, yang bertujuan untuk mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis agar memperoleh keberkahan dengan transaksi saling menguntungkan.³⁰

Kata Islami itu berasal dari bahasa Arab Al-Islam yaitu nama suatu Addin (jalan hidup) yang ada disisi Allah ('IndAllah) Ad-din maknanya adalah Al-Millah atau Ash-Shirotn atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan (Al-'aqilah) dan perbuatan (Al-'amal) Al-Islam sebagai Ad-din yang ada disisi Allah, tentunya berupa bentuk-bentuk keyakinan dan perbuatan yang ditentukan dan

²⁹ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Cet. 1, (Jakarta; GemaInsani Press, 2002), h.16.

³⁰ Idri, *Hadist Ekonomi , Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*, Cet, ke I, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 327.

ditetapkan dan bukan hasil dari buah pikiran manusia, karena ia dinamakan juga dinulloh.

Setelah mengetahui makna “Etika”, “Bisnis”, “Islam”, yang biasa juga disebut “syariat”, maka etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang untuk selanjutnya mengetahui hal-hal benar yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Berbisnis berarti suatu bentuk usaha yang dapat menguntungkan diri sendiri dan orang lain, karena dalam berbisnis orang itu saling membutuhkan satu sama yang lain berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam.

Jadi dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah proses dimana seseorang mengetahui mana yang benar dan mana yang salah, dalam melakukan sistem perdagangan agar diantara mereka tidak ada yang saling merugikan, melainkan sama-sama mendapatkan unsur yang positif.

4. *Berbisnis Gaya Rasulullah saw.*

Berkaitan dengan perintah bekerja, Rasulullah saw. menjadikan kerja sebagai aktualisasi keimanan dan ketakwaan. Rasul bekerja bukan untuk menumpuk kekayaan duniawi, melainkan beliau bekerja untuk meraih keridhaan Allah swt. bekerja adalah manifestasi amal saleh, bila kerja itu amal saleh maka kerja adalah ibadah dan bila kerja itu ibadah, maka kehidupan manusia tidak bisa dilepaskan dari kerja. Bukankah Allah swt. menciptakan manusia agar beribadah kepadanya? Tidak berlebihan jika keberadaan manusia ditentukan oleh aktifitas kerjanya. Rasulullah saw. adalah sosok yang selalu berbuat sebelum beliau

memerintahkannya para sahabat untuk melakukannya. Hal ini sesuai dengan tugas beliau sebagai *uswatun hasanah* atau teladan yang baik bagi seluruh manusia. Kepribadian Rasulullah yang didasarkan dengan ketulusan niat dan kemurnian hati menyebabkan beliau pantas menjadi rujukan.³¹

Itulah sebabnya misi diutusnya Rasulullah saw. adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Sebagaimana dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad ibn Hambal sebagai berikut:

حَدَّثَنَا سَعِيدُ بْنُ مَنْصُورٍ قَالَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَجْلَانَ عَنْ الْقَعْقَاعِ بْنِ حَكِيمٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Terjemahnya:

Telah menceritakan kepada kami Sa'id ibn Manshur berkata; telah menceritakan kepada kami Abdul 'Aziz ibn Muhammad dari Muhammad ibn 'Ajlan dari Al Qa'qa' ibn Hakim dari Abu Shalih dari Abu Hurairah berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Bahwasanya aku diutus untuk menyempurnakan akhlaq yang baik."³²

Dalam dunia bisnis, sifat-sifat yang ada pada Muhammad sesungguhnya merupakan aset yang tiada nilainya, kejujuran, pribadinya yang menyenangkan dan juga ketekunannya, merupakan pilar-pilar utama yang harus dimiliki seorang wirausahawan.

Sebagai pelaku bisnis (pedagang) dan juga seorang Rasul, Muhammad Saw. tak henti-hentinya menghibau umatnya untuk berdagang guna mencari

³¹ Husein Syahatah dan Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahisaksi, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005), h. 52

³² Abdul Abdullah Ahmad Bin Muhammad ibn Hambal, *Kitab : Sisa Musnad sahabat yang banyak meriwayatkan hadis*, Juz. 2, (Bairut, Darul Fikri, 1981 M), h. 228

rezeki Allah yang halal. Islam mengajarkan bahwa rezeki tidak ditunggu melainkan harus dicari, atau lebih tepatnya dijemput. Allah menurunkan rezeki sesuai prinsip bisnis universal, yaitu amanah dan terpercaya disamping memiliki pengetahuan dan keterampilan bisnis yang baik dan benar. Oleh karena itu, sebarapa besar manusia mencurahkan pikiran dan tenaga, sebesar itu pula Allah menurunkan karunianya.³³

5. Konsep Etika Bisnis Islam

Konsep etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian yang menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Selenjutnya konsep etika bisnis Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist, pemikiran para ulama dalam bentuk *ijma'* ataupun *qiyas* dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konsep Ketuhanan

Dalam dunia Islam konsep ketuhanan telah melekat dalam setiap aktivitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibanya terhadap Allah swt., baik dalam bidang ibadah maupun muuamalah, sedangkan dalam bidang bisnis ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan segala urusan yang berrkaitan dengan harta benda halal ataukah haram. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ada dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti nilai-nilai moralitas yang

³³ Sukamdani Sahid Gitosardjono, *Bisnis dan Kewirausahaan Syariah (Upaya Menuju Kesejahteraan Umat Islam)*, (Bogor: Yayasan Sahid Jaya 2009), h. 9

menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepalsuan., penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemungkarannya kemudian Islam juga menyerukan agar membantu orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal.³⁴

b. Konsep Kepemilikan Harta

Pandangan Islam terhadap harta ialah bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang ada di muka bumi ini, termasuk harta benda adalah milik Allah swt., kepemilikan yang ada pada manusia hanyalah kepemilikan yang bersifat relatif, sebatas untuk melaksanakan *amanah* mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuannya, karena manusia sebagai pemegang *amanah* dan tidak mampu mengadakan benda dari tiada, manusia tidak mampu membuat energi, manusia hanya mampu mengubah dari satu bentuk energi ke bentuk energi lainnya sedangkan pencipta energi adalah Allah swt.³⁵

Menurut Islam, harta merupakan perhiasan hidup dan manusia bisa menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-lebihan, Islam mengakui bahwasanya manusia memiliki kecenderungan untuk memiliki, menguasai dan menikmati harta.³⁶ Selanjutnya Islam tidak memandang harta dan kekayaan sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tertinggi. Dalam sistem ekonomi Islam tidak ada batasan untuk memiliki harta serta dalam mencari keuntungan dan

³⁴ Muhammad Baqir al-Sadr, *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Pemikiran Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Zahra, 200, M), h. 169.

³⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h.9.

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 55

kekayaan, asalkan dalam cara mendapatkannya dan pengelolaannya tidak merugikan dan tidak dengan cara yang batil.

c. Konsep benar baik

Menurut Islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang kemudian melekat dan menjadi ciri utama orang mukmin dan para nabi. Tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan stabil, sebaliknya kebohongan atau kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh karenanya salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai Allah ialah kebenaran.³⁷ Dan sebagai seorang muslim harus menjunjung tinggi nilai kebenaran dan senantiasa menyelaraskan antara perilaku diri dengan perilaku Rasulullah saw.

d. Konsep tanggung jawab

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan, dan menikmati kenikmatan di bumi, mengeksploitasi bumi dengan segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian hari akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah swt.

Selanjutnya dalam dunia bisnis, tanggungjawab terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan, dan

³⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 175

pemegang saham, dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya, para pemasok dan persaingan berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggungjawab terhadap komunitas lokal, nasional, global, dan regional dimana mereka beroperasi.

Menurut Islam, segala aktivitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lainnya seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan, karena *taqlif* itulah manusia harus mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya dan karena itu pula manusia oleh Rasulullah disebut sebagai pemimpin, karena setiap manusia yang dewasa atau *aqil baligh* serta *mumayyiz* (dapat membedakan yang baik dan yang buruk) adalah pemimpin dan mempertanggung jawabkan kepemimpinannya. Tanggung jawab erat dengan pelaksanaan *amanat* karena orang yang bertanggung jawab akan melaksanakan yang dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya

e. Konsep Kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seseorang tidak dapat maju selangkah pun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri sebagai titik tolak, melainkan apa yang dipikirkan dan diharapkan oleh orang lain, tanpa kejujuran terutama moral lainnya kehilangan nilainya.

Islam mengajarkan kepada manusia kejujuran merupakan syarat yang paling mendasar didalam melakukan kegiatan. Rasulullah menganjurkan kepada ummatnya untuk melakukan kejujuran disegala bentuk aktivitas, menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan demikian pula sebaliknya, kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan dan bencana.

f. Konsep keadilan

Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksanaan untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing pihak mendapat kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewaibannya tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan menerima yang selaras dengan hak dan kewajiban karena adil pada hakekatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya, dan karena pada hakekatnya semua orang sama-sama nilainya sebagai manusia jadi perlakuan sama terhadap semua orang tertentu dalam situasi yang sama mislanya seseorang menjual barang dagangannya dengan kualitas, jumlah dan ukuran serta waktu yang sama pada orang lain dengan harga yang murah, maka hal tersebut juga harus dilakukan kepada orang lainnya.

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu umat yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah, hukum Allah tidak membedakan yang kaya dan yang miskin, demikian juga tidak membedakan yang hitam dan yang putih, secara sosial, nilai yang membedakan antara yang satu dengan yang lain adalah

ketakwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanannya pada kemanusiaan³⁸ ironis sekali jika manusia tidak dapat bersikap adil pada sesamanya yang memiliki kesamaan sebagai makhluk Allah, adil merupakan norma yang paling utama dalam seluruh aspek dunia bisnis.

6. Sifat-Sifat Rasulullah Dalam Etika Bisnis Islam

Petunjuk Rasulullah saw. tentang etika bisnis Islam ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad saw. dan sangat dikenal dalam kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis sifat-sifat tersebut diantaranya:

A. *Siddiq* (jujur/benar)

Jujur nilai dasarnya telah integritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur.

Selanjutnya salah satu sifat curang adalah dengan menjelek-jelekkan barang dagangan orang lain atau menggunakan bahan-bahan yang tidak baik untuk dikonsumsi karena setiap melakukan aktivitas perdagangan atau pun aktivitas lainnya nilai kejujuran sangat dibutuhkan dalam setiap individu, tanpa adanya kejujuran pastinya akan merugikan orang lain maupun pada dirinya

³⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 200 M), h. 358.

sendiri. Dalam hal ini terkait tentang bersikap jujur imam Al-Gazali mengatakan bahwa' mereka telah memahami arti kejujuran, yaitu tidak rela terhadap apa yang menimpa temannya kecuali yang ia rela jika hal demikian menimpa dirinya sendiri.³⁹

B. *Amanah* (Terpercaya)

Sikap *amanah* ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga dapat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya). Maksud *amanah* adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.⁴⁰

C. *Fatanah* (Cerdas)

Fatanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produksi dan jasa serta mengenai akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fatana*h dapat juga diartikan dengan kecerdikan dan kebijaksanaan.⁴¹ Sifat *fatana*h dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan

³⁹ Yusuf, Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, di terjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Cet. II, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 179.

⁴⁰ Yusuf, Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. H. 177.

⁴¹ A. Darussalam, *Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Hadits*, Cet, I, (Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 192

kebijaksanaan akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.⁴²

D. *Tabligh*(Komunitatif-Prommotif)

Rasul Allah swt., dikarunai sifat *tabligh* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah swt., Kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat *tabligh* nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika kita dititipi *amanah* oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalahgunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad saw., untuk mencontoh, menyampaikan, dan menerapkan sikap *tabligh* dalam segala aspek terutama didalam dunia bisnis.

7. *Etika dan Hukum dalam Islam*

Etika dijadikan sebagai pedoman atau ukuran bagi tindakan manusia dengan penilaian baik atau buruk dan benar atau salah. Etika melibatkan analisis kritis mengenai tindakan manusia untuk menentukan suatu nilai benar dan salah dari segi kebenaran atau keadilan. Jadi, ukuran yang dipergunakan adalah norma, agama, nilai positif, dan universalitas. Oleh karena itu, istilah etika sering dikonotasikan dengan istilah-istilah: tata krama, sopan santun, pedoman moral,

susila dan lain-lain yang berpijak pada norma-norma tata hubungan antar unsur atau elemen di dalam masyarakat lingkungannya.

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Oleh karena itu, di samping etika merupakan ilmu yang memberikan pedoman norma tentang bagaimana hidup manusia diatur secara harmonis, agar tercapai keselarasan dan keserasian dalam kehidupan baik antar sesama manusia maupun antar manusia dengan lingkungannya. Juga mengatur tata hubungan antar institusi di dalam masyarakat dengan institusi lain dalam sistem masyarakat dan lingkungannya.⁴³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan digunakannya etika dalam pergaulan antar elemen-elemen di dalam masyarakat pada hakekatnya agar tercipta suatu hubungan yang harmonis, serasi dan saling menguntungkan.

Mengapa bisnis memerlukan etika dalam rangka kiprah bisnis dengan masyarakat secara luas. Pertanyaan ini jelas terkait dengan fungsi dan peranan yang akan dilakukan karena di ketahui bahwa bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis atas dasar itulah kebutuhan bisnis dalam aspek kehidupannya tidak terlepas dengan eksistensi masyarakat dengan segala atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat. Setidaknya ada tiga alasan yang dapat memberikan argumentasi atas pertanyaan tersebut di atas.

Alasan pertama bisnis tidak bebas nilai, baik dari nilai moral maupun nilai etika. Misalnya dilihat dari tujuan umum yang ingin dicapai oleh pebisnis adalah

⁴³ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 57

meningkatkan kesejahteraan stake holders, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan hidup atau eksis dalam jangka panjang atau selama-selamanya. Jika dilihat dari pihak-pihak yang dijadikan partner bisnis yakni masyarakat dan sumber-sumber ekonomi dan para pemiliknya maka siapapun (tidak terkecuali institusi bisnis) yang berhubungan dan berinteraksi dengan masyarakat, dan hubungan dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat, tentu dalam menjalankan kegiatan bisnis ini tidak lepas dari nilai sosial, nilai moral, dan etika yang dibutuhkan untuk mengatur harmoni perusahaan supaya tercipta hubungan yang harmonis antar perusahaan dengan lingkungannya.

Alasan kedua aplikasi etika bisnis identik pengelolaan bisnis secara profesional. Prinsip profesional dalam pengelolaan bisnis sebenarnya erat kaitannya dengan aplikasi etika bisnis. Seperti dijelaskan bahwa ruang lingkup etika bisnis meliputi keterkaitan yang harmonis, saling menguntungkan antar sesama pihak di dalam stake holder (pemangku kepentingan) dan pihak-pihak eksternal lainnya. Hal ini merupakan tuntutan yang harus dipenuhi kalau ingin perusahaan tumbuh dan berkembang dan maju secara kontinyu dalam jangka yang panjang. Dari kerangka berpikir seperti itu, tentunya usaha-usaha ini identik dengan pengelolaan bisnis secara ulet, jitu, efisien, dan efektif bagi alokasi sumber daya ekonomi yang tersedia baik dalam perusahaan sendiri maupun dari luar perusahaan. Prinsip-prinsip aplikasi sumber daya ekonomi ini tentu dilakukan dengan proses manajemen yang canggih dengan dasar keserasian hubungan antar pihak terkait yang sudah barang tentu harus dilakukan dengan penuh kesungguhan dan kejujuran.

Alasan ketiga bisnis merupakan bagian dari sistem sosial. Bahwasanya bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan keberadaan bisnis, antara keduanya ada saling dibutuhkan dan diperlukan. Perusahaan melihat masyarakat sebagai sumber potensi yang dapat menghidupi perusahaan. Sebaliknya perusahaan harus juga menempatkan dari segi institusi yang eksistensinya memang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, bisnis harus tahu diri bahwa keberadaannya di masyarakat merupakan bagian dari masyarakat. Selain melihat bahwa di dalam masyarakat tersedia peluang yang dapat di manfaatkan perusahaan sebagai obyek atau sasaran yang menguntungkan tetapi perusahaan juga harus melihat bahwa sasaran tersebut sekaligus sebagai subyek yang akan menentukan kelangsungan perusahaan dalam waktu sela mungkin. Disini nampak bahwa antara bisnis dan sosial saling terkait, dan saling menentukan eksistensi masing-masing.⁴⁴

8. *Prinsip-prinsip Etika Bisnis*

Secara umum etika bisnis merupakan acuan cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu etika bisnis memiliki prinsip-prinsip umum yang dijadikan acuan dalam melaksanakan kegiatan dan mencapai tujuan bisnis yang dimaksud. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis tersebut adalah sebagai berikut:

a) Prinsip otonomi: adalah bahwa perusahaan secara bebas memiliki kewenangan sesuai dengan bidang garap yang dilakukan dan pelaksanaannya dengna visi dan misi yang dipunyainya. Misalnya perusahaan tidak tergantung

⁴⁴ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 58-59

pada pihak lain untuk mengambil keputusan, tetapi perusahaan memiliki kekuatan tertentu sesuai dengan visi dan misi yang diembannya dan tidak bertentangan dengan pihak lain. Dalam pengertian etika bisnis, otonomi bersangkut paut dengan policy eksekutif perusahaan dalam mengemban visi, misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja maupun komunitas yang dihadapinya.

b) Prinsip kejujuran: nilai kejujuran adalah nilai yang paling mendasar dalam keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Kegiatan bisnis akan berhasil jika dikelola dengan prinsip persaingan, baik untuk karyawan, konsmen, para pemasok dan pihak lain yang terkait dengan kegiatan bisnis ini. Penerapan bisnis kejujuran misalnya penawaran barang dengan kualitas dan fakta rill seperti produk yang dibuat dan dipasarkan harus benar-benar mencerminkan produk yang sesuai dengan fakta, tidak terdapat unsur manipulasi misalnya barang yang kualitas rendah yang dinyatakan sebagai barang yang berkualitas tinggi.

c) Prinsip tidak berniat jahat: bisnis didirikan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat konsumen dan masyarakat pada umumnya. Ini merupakan komitmen yang umum berlaku bagi para pelaku bisnis terhadap stake holder (pemangku kepentingan) adalah untuk maksud-maksud mencapai tujuan yang baik dan positif. Prinsip ini akan dapat menyelamatkan perusahaan.

d) Prinsip keadilan: prinsip keadilan yang digunakan untuk mengukur bisnis menggunakan etika bisnis adalah keadilan bagi semua pihak yang terkait memberikan kontribusi langsung atau pun tidak langsung terhadap keberhasilan

bisnis. Para pihak ini terklasifikasi kedalam stake holder (pemangku kepentingan). Oleh karena itu semua pihak harus memiliki akses positif sesuai dengan peran yang diberikan oleh masing-masing pihak tersebut kepada bisnis. Semua pihak harus mendapatkan akses yang sesuai dari bisnis. Tolak ukur yang digunakan menentukan atau menyediakan kesesuaian ini dengan langkah-langkah umum yang telah diterima oleh masyarakat bisnis. Contoh yang dikemukakan dalam menjalankan prinsip keadilan misalnya dalam alokasi sumber daya ekonomi kepada semua pihak faktor ekonomi. Memberikan harga yang layak bagi para konsumen. Memberikan upah yang layak bagi para eksekutif dan karyawan. Menyepakati harga yang pantas bagi para pemasok bahan dan alat produksi. Mendapatkan keuntungan yang wajar bagi pemilik perusahaan dan lain-lain.

e) Prinsip hormat pada diri sendiri: pengertian prinsip ini merupakan tindakan bisnis yang dampaknya berpulang kembali kepada bisnis itu sendiri. Jika bisnis memberikan kontribusi yang menyenangkan bagi masyarakat, tentu masyarakat memberikan respon yang sama. Sebaliknya jika bisnis memberikan image yang tidak menyenangkan maka masyarakat tentu tidak menyenangi terhadap bisnis yang bersangkutan. Jika para pengelola perusahaan ingin memberikan respek kehormatan terhadap perusahaan maka lakukan respek tersebut terhadap para pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagai contoh manajemen perusahaan dengan team worknya memiliki falsafah kerja dan berorientasikan memberi kepuasan kepada pelanggan, maka dapat dipastikan para pelanggan akan makin fanatis terhadap perusahaan. Demikian juga jika para manajemen berorientasi pada pemberian kepuasan kepada karyawan yang

berprestasi maka dapat dipastikan karyawan akan makin loyal terhadap perusahaan. Jadi hukum kuasa prima akan senantiasa berlaku dalam bisnis atau stake holdernya (pemangku kepentingan). Oleh karena itu prinsip hormat pada diri sendiri mesti diberlakukan pada etika bisnis.⁴⁵

9. Sudut Pandang Hukum

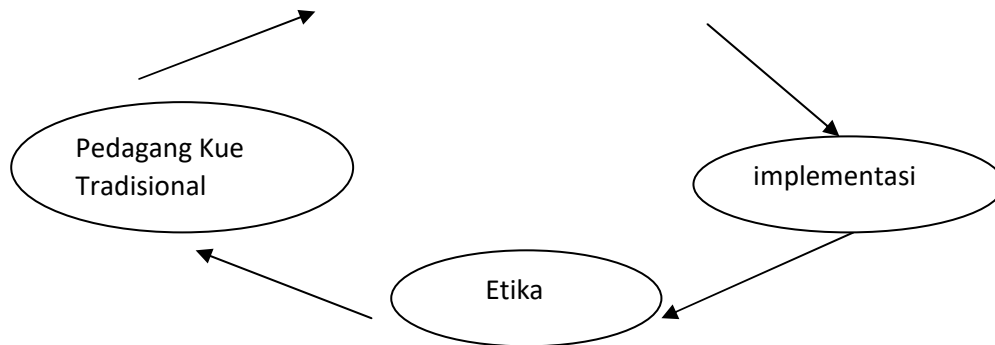
Tidak bisa diragukan, bisnis terikat juga oleh hukum. Hukum dagang atau hukum bisnis merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan dengan bisnis, pada taraf nasional maupun internasional. Seperti halnya etika, hukum merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum bahkan lebih jelas dan pasti dari pada etika karena peraturan hukum bahkan lebih jelas dan pasti dari pada etika karena peraturan hukum dituliskan hitam di atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran. Terdapat kaitan erat antara hukum dan etika. Etika selalu menjiwai hukum, baik dalam proses terbentuknya undang-undang maupun dalam pelaksanaan peraturan hukum, etika atau moralitas pemegang peran penting.⁴⁶

G. Kerangka Pikir

Bisnis Islam

⁴⁵ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 59-60

⁴⁶ Ni Made Suriani, *Entrepreneurs*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 61



Input, Bisnis islam yang merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat dalam meningkatkan keuangan keluarga dengan tujuan untuk mendapatkan laba dengan cara yang syar'i, proses penjualan kue sebagai subyek pada peneliti dengan berjualan di Pasar Andi. Tadda pada saat melakukan proses perdagangan sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw, output implementasi etika merupakan pengaplikasian atau cara yang dilakukan para penjual kue di Pasar Andi. Tadda sesuai dengan etika dalam islam.

H. Definisi Operasional

Implementasi adalah pelaksanaan suatu rencana yang telah disusun untuk mencapai suatu tujuan yang telah dibuat.

Etika adalah suatu ilmu yang membahas perilaku baik atau perilaku buruk antar sesama manusia.

Bisnis adalah suatu usaha menjual barang atau menawarkan jasa kepada konsumen dengan tujuan menghasilkan laba.

Etika bisnis merupakan suatu kegiatan yang berperan dalam kegiatan berwirausaha yang mencakup segala kegiatan dalam berbisnis, dan didalam

kegiatan tersebut diterapkan etika-etika yang membentuk perilaku baik antar sesama individu.

Pedagang adalah seseorang yang biasanya memproduksi dan memperjual belikan suatu produk kepada konsumen untuk menghasilkan keuntungan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode dalam arti yang luas merupakan cara bertindak menurut sistem atau aturan tertentu. Sedangkan dalam arti khusus adalah cara berpikir menurut aturan atau sistem tertentu.¹

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini ialah sebagai berikut :

A. *Jenis dan Pendekatan Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam, yaitu untuk memeriksa masalah secara khusus karena metodologi kualitatif percaya bahwa sifat masalah yang satu akan berbeda dari sifat masalah lainnya. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak luas.²

Meskipun demikian, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan referensi berupa buku-buku atau literatur yang relevan sebagai suatu rujukan.

¹ Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 41

² Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Cikarang: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), h. 7

2. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer di dapat dari hasil wawancara pedagang kue tradisional, sedangkan data sekunder di dapat dari berbagai jurnal dan buku-buku.

Penelitian menggunakan dua metode pendekatan untuk mengumpulkan data yaitu sebagai berikut :

a. Pendekatan Teologis Normatif (*Syar'i*), yaitu pendekatan ini digunakan untuk mengetahui ketentuan-ketentuan hukum yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadis terhadap masalah yang berhubungan dengan etika dagang.

b. Pendekatan Fenomenologi, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami suatu fakta gejala-gejala maupun peristiwa yang bentuk keadaannya dapat diamati dan dinilai lewat kacamata ilmiah, pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan fakta-fakta, gejala, maupun peristiwa secara obyektif yang berkaitan dengan masalah penelitian.³

B. Lokasi Penelitian

Untuk menunjang informasi tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi. Tadda), penelitian ini akan dilakukan di Pasar Andi Tadda Kota Palopo

³ Heri Irawan, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017, h. 44

C. Penentuan Populasi dan Sampel

1) Populasi, adalah keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pedagang kue Tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

2) Sampel, adalah sebagian atau *subset* (himpunan bagian), dari suatu populasi.⁵ Sampel yang digunakan adalah beberapa pedagang kue yang berada di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilapangan, peneliti menggunakan :

1. Wawancara, adalah kegiatan memperoleh informasi dengan cara melakukan proses tanya jawab antara penanya dan narasumber/sumber informasi.⁶ Proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁷

2. Observasi, menurut Nawawi dan Marini adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu

⁴ Amirullah, *Populasi dan Sampel (Pemahaman, Jenis, dan Teknik)*, (Malang: Bayu Media Publishing Malang, 2015), h. 67

⁵ Harnaldi, *Prinsip-prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 2

⁶ Erwan Juhara, dkk, *Cendikia Berbahasa*, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2005), h. 96

⁷ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 81

gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.⁸ Observasi kualitatif bersifat naturalistik. Observasi kualitatif diterapkan dalam konteks suatu kejadian natural, mengikuti alur alami kehidupan amatan.⁹

3. Dokumentasi, adalah sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dengan bahan-bahan tulisan lainnya.¹⁰

⁸ Nasution, *Metode Reseach (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 106

⁹ Hasyim Hasanah, “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)”, (Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Semarang), *Jurnal At-Taqaddum*, Vol. 8 No. 1, 2016. h. 23

¹⁰ Sarwono Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 225

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Pasar Andi Tadda Kota Palopo yang dulunya di Luwu Plaza merupakan salah satu pasar tradisional yang ada hingga sekarang, yang pada awal mulanya terbentuk pasar ini karena permintaan masyarakat yang ada di Luwu Plaza tepatnya di jalan Landau.¹ Pada akhirnya pelataran Luwu Plaza pun dijamuri oleh para pedagang dan para pembeli. Sehingga keadaan Luwu Plaza yang berada tepat di tengah-tengah Kota Palopo sangatlah amburadul dan jorok karena para pedagang tidak sadar akan kebersihan sehingga membuang sampah sembarangan. Namun para pedagang pun sangat menginginkan tempat yang nyaman, strategis dan permanen. Pemerintah pun tidak tinggal diam, pemerintah mencari lahan kosong yang strategis untuk dijadikan Pasar sehingga lahan yang lama di alih fungsikan ke lahan baru. Seiring berjalannya waktu Pasar Andi Tadda pun di resmikan pada tahun 2008 dan pada tahun 2010 mulai dikenal oleh masyarakat. Nama pasar diambil dari nama jalan tempat berdirinya pasar ini yaitu jalan Andi Tadda.² Setelah pasar ini di renovasi (perbaikan) pasar ini kembali diresmikan pada tahun 2016. Setelah melakukan perbaikan, tempat para pedagang di dalam pasar mulai beraturan dan kegiatan pasar pun berjalan hingga sekarang.

¹ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

² Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Andi Tadda Kota Palopo, peneliti menarik kesimpulan tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Kue Tradisional (Studi Kasus Pasar Andi Tadda Kota Palopo) sebagai berikut :

Empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq, tabligh, amanah, dan fatanah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq, amanah, dan fatanah*. Dalam hal ini belum semua pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam, karena mereka masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga para pedagang hanya menjalankan bisnisnya dengan cara yang mereka yakini itu baik dan benar baginya dalam menjalankan usahanya, padahal dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan suatu usaha dapat mendatangkan keberkahan dari Allah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang di jelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi para pedagang untuk lebih memperhatikan dan menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan bisnis.
2. Sebaiknya seluruh pedagang kue tradisional di pasar Andi. Tadda berusaha memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dilakukan oleh Rasulullah saw.
3. Sebaiknya pedagang meninggalkan dan tidak mudah terpengaruh oleh praktik bisnis kapitalis, yang hanya mementingkan keuntungan yang banyak tanpa memerhatikan keberkahan yang didapat

Keberadaan Pasar Andi Tadda sudah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, sebab masyarakat sangat mudah untuk mencari barang-barang yang mereka butuhkan walaupun terkadang area di pasar ini sangat macet karena angkutan umum dan luas jalannya pun lumayan sempit.

2. Letak Geografis Pasar Andi Tadda

Pasar Andi Tadda terletak di kelurahan Pontap Kec. Wara Timur Kota Palopo. Pasar Andi Tadda berdiri di atas tanah seluas kurang lebih 10 Ha dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah selatan berbatasan dengan Andi Tadda
- b. Sebelah utara berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- c. Sebelah barat berbatasan dengan lokasi pemukiman warga
- d. Sebelah timur berbatasan dengan lokasi pemukiman warga

Dengan melihat letak geografis Pasar Andi Tadda tersebut, maka diharapkan agar pasar ini dapat beroperasi dan berkembang sesuai dengan apa yang di harapkan oleh pedagang dan masyarakat. Disamping itu letak Pasar Andi Tadda ini cukup dekat dengan kawasan laut, dalam artian bahwa para nelayan sangat mudah untuk memasarkan hasil tangkapannya.

3. Visi Misi serta Tujuan Pasar Andi Tadda Kota Palopo

a. Visi

Terwujudnya pasar yang tertib, bersih, indah, nyaman dan tentram dalam memajukan ekonomi kerakyatan guna menuju pemerintah yang mandiri.

b. Misi

1. Mengembangkan potensi dan fasilitas sarana dan prasarana Pasar.

2. Menerapkan pengelolaan manajemen Pasar yang baik melalui Standar Operation Procedure (SOP) guna mengukur kinerja manajemen.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna Pasar.
4. Menertibkan baik pedagang, administrasi dan pemungutan retribusi serta sistem penerapan yang akurat.
5. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas sumber daya yang ada serta meningkatkan pengawasan.

c. Tujuan

1. Turut serta melaksanakan pembangunan daerah dan ekonomi nasional.
2. Meningkatkan pelayanan serta kebutuhan masyarakat khususnya pengguna Pasar.
3. Membantu dan turut mengutamakan kelancaran distribusi bahan-bahan keperluan sehari-hari.
4. Meningkatkan kontribusi Pasar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).³

d. Fasilitas Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Pasar merupakan salah satu tempat yang di gunakan oleh masyarakat untuk mencari kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, baik dalam bentuk sandang maupun pangan. Namun tanpa adanya sebuah fasilitas yang mendukung, penjual dan pembeli merasa kurang nyaman dan transaksi yang terjadi pun tidak dapat berlangsung dengan baik. Dalam sebuah pasar tidak terlepas dari fasilitas yang di sediakan, fasilitas yang sangat penting yaitu kamar mandi dan mushollah. Setiap kegiatan berbisnis tidak boleh melupakan atau melalaikan kewajiban untuk

³ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

beribadah kepada Allah, karena dengan mengingat Allah setiap kegiatan yang dilakukan akan berkah dan akan bernilai pahala. Hal ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas sangat menunjang dalam kegiatan berbisnis. Berikut adalah beberapa fasilitas yang ada di Pasar Andi Tadda Kota palopo.

1. Kantor
2. Tempat berjualan (los atau palataran)
3. Kamar mandi
4. Musollah
5. Tempat sampah
6. Tempat parkir⁴

Tabel 4.1

Jumlah Kios Dan Los (Pelataran) Di Pasar Andi Tadda Kota Palopo.

No	Uraian	Jumlah
1.	Kios	224
2.	Los atau Pelataran	260

Sumber: Kepala Pasar (Ketua UPTD) Andi Tadda

B. Hasil Penelitian

Etika Bisnis Islam yang ada pada Pedagang Kue Tradisional di Pasar Andi Tadda Kota Palopo

Implementasi etika bisnis adalah suatu penerapan etika-etika yang harus dilakukan dalam berbisnis secara baik dan memiliki tujuan yang jelas, dan di

⁴ Mukhlis Kepala Pasar Andi.Tadda Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 18 Mei 2019

jadikan sebagai pedoman dalam melakukan suatu perdagangan dengan melihat aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam hukum islam. Fauzan (2013) menyatakan bahwa etika bisnis islam memiliki dua aspek yang melekat yakni kejujuran dan keadilan. Prinsip kejujuran melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu tidak menutupi kecacatan pada barang, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, dan segala macam transaksi yang dilarang dalam islam. Sedangkan prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan di dunia dan diakhirat serta tanggung jawab kepada sesama manusia dan tanggung jawab kepada Allah atas segala yang telah diperbuatnya di dunia.⁵

Mendirikan suatu usaha, langkah awal yang harus dilakukan yaitu membuat perencanaan dan penerapan strategi, selain itu penerapan etika bisnis juga paling di utamakan karena etika bisnis sangatlah penting dalam menjalankan sebuah usaha. Salah satu etika bisnis yang sering dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah dengan cara melakukan pemasaran yang sesuai dengan ajaran islam atau dengan kata lain etika bisnis. Adapun defenisi etika bisnis itu sendiri adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang mencakup kegiatan perdagangan, dalam kegiatan perdagangan tersebut harus menerapkan nilai kejujuran antar sesama sesuai dengan aturan hukum islam.

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti memilih lima orang untuk dijadikan sumber, lima narasumber yang dipilih dirasa cukup untuk mewakili usaha yang memang penulis fokuskan yaitu pedagang kue tradisional

⁵ Galuh Anggraeny, “Pembeajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta ”, (Surakarta), *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, Vol. 1. No. 1, 2017

yang ada di Pasar Andi Tadda Kota Palopo. Peneliti menemukan jawaban dari hasil wawancara dengan narasumber tentang bagaimana implementasi etika bisnis islam yang terjadi antar sesama pedagang kue tradisional. Sebagai kewajiban seorang muslim yang dalam hal ini merupakan pedagang adalah untuk menerapkan bisnis pedagang secara islami seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Berdasarkan hasil wawancara mengenai realita bisnis mereka dan bagaimana mereka mengimplementasikan etika bisnis islam antar sesama pedagang maupun kepada pembeli.

Narasumber pertama adalah ibu Kiki tinggal di jalan Andi.Makkulau. Lokasi penelitian pertama dilakukan di pelataran Pasar Andi.Tadda. Ibu kiki adalah seorang pedagang kue tradisional yang memiliki 10 jenis kue dengan harga 5000 per 4 buah kue, dia menceritakan bahwa dia adalah seorang pedagang musiman,yang hanya menjual ketika bulan Ramadhan saja karena omset yang dihasilkan ketika bulan suci Ramadhan sangat tinggi.

Ibu Kiki menjelaskan “Saya asli orang sini jika nak, saya penjual musiman kalau bulan Ramadhan saja karena omset yang saya dapat kalau Ramadhan sekitar 500-700 ribu perhari itu pun kalau habis semua ji jualan ku. Ini kue saya bikin sendiri baru saya bawa mi kesini, nah sekarang susah sekali mau tawarkan ke pembeli karena banyak mi saingan sekarang jadi pintar-pintar ta saja rayu pelanggan, makanya biasa kalau ada pelangganku yang beli ta banyak saya kasih juga tambah-tambahnya. Kejujuran juga penting sekali karena kalau tidak jujur ki kecewa pelanggan bisa-bisa lari semua pelanggan. Tidak boleh ki juga saling iri sama penjual lain karena sama-sama ki cari nafkah, rezeki sudah ada yang atur.”⁶

Betapa pentingnya menanamkan sebuah kejujuran di dalam menjalankan suatu usaha, karena kejujuran adalah kunci dari suatu keberhasilan. Dengan

⁶ Kiki, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

adanya kejujuran para pelanggan pun merasa senang untuk berbelanja tanpa rasa khawatir. Terutama untuk bahan-bahan yang digunakan harus menggunakan bahan-bahan alami dan tanpa pengawet, karena pelanggan pun sangat mahir dalam soal cita rasa. Jika mereka merasa dibohongi, mereka pun enggan datang kembali untuk belanja.

Narasumber ke dua adalah ibu Tini yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda). Ibu Tini sudah memulai usahanya sejak 3 tahun, dia adalah seorang pedagang kue tradisional yang menjual hasil olahannya setiap hari di Pasar Andi Tadda. Kue yang dijualnya pun sangat beragam, ada 10 macam jenis kue yang dibuat mulai dari kue yang bertekstur basah hingga yang bertekstur kering seperti gorengan. Ibu Tini menyewa los (pelataran) di Pasar Andi.Tadda sehingga tempat jualannya pun menetap, sehingga orang mudah untuk menemukan lokasi tempat berjualan.

Ibu Tini mnejelaskan “Saya sudah menjual disini dari tahun 2017, kue yang saya bikin juga tidak terlalu banyak macam ji yang penting lancar. Kue yang saya jual itu seperti ini mi lopis, onde-onde, abba, lapis, bingka sama yang lain-lainnya, kue ku juga saya sendiri ji yang bikin tidak mau ka saya pake bahan-bahan pewarna untuk kue ku karena saya jaga cita rasa sama kualitasnya. Cara ku tarik pelanggan itu saya tawarkan langsung sama pembeli harus ki juga ramah sama pembeli, murah senyum supaya datang kembali membeli. Omset yang biasa saya dapat itu 250 rbu sampai 300 karena banyak pesaing itupun juga tergantung pembeli ji, kalau banyak pembeli yaa banyak juga di dapat. Apalagi kue yang dijual rata-rata sama semua dengan yang na jual orang, jadi harus ki memang sabar karena banyak penjual harus ki juga bersaing secara sehat tidak saling menjatuhkan karena itu mi nanti yang kasih tidak bagus hubungan ta sama orang lain.”⁷

⁷ Tini, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

Ibu Tini sudah menerapkan etika bisnis islam antar sesama pedagang seperti bersaing secara sehat antar sesama pedagang dan tidak saling menjatuhkan pedagang yang lain karena saling menjatuhkan sangat tidak di anjurkan. Keramahan dan kejujuran pun harus selalu diterapkan dan terbukti karena ketika saya belanja Ibu tini langsung senyum kepada setiap pembelinya dan tetap menjaga kualitas barang dagangannya agar pembeli pun merasa senang, jadi pembeli akan merasa nyaman, dan yang paling penting adalah masalah kebersihan, baik itu untuk tempat berjualan maupun untuk kue yang ditawarkan harus tetap terjaga.”

Narasumber ke tiga adalah Ibu Ariani yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda). Ibu Ariani adalah seorang pedagang kue tradisional dan telah berjualan di Pasar Andi.Tadda selama 5 tahun. Kue yang dibuatnya pun cukup banyak sehingga meja jualannya pun sangat padat di penuh aneka ragam kue yang memiliki beragam bentuk dan rasa. Ibu Ariani ini sudah lama berjualan sehingga pelanggannya pun cukup banyak dan orangnya pun sangat baik. Cara penjualannya pun menggunakan penawaran secara langsung maupun tidak langsung, dia menggunakan media sosial untuk memasarkan kuenya sehingga orang banyak yang mengetahuinya dan tergiur untuk mencobanya. Harganya pun juga sama dengan pedagang lain yaitu 5000 per 4 buah kue, para pembeli bebas untuk memilih kue apa yang mereka sukai selain harganya yang terjangkau, rasanya pun juga enak sehingga orang pun ketagihan. Ibu Ariani memiliki 1 orang anggota yang membantunya dalam menjual karena Ibu Ariani biasa kewalahan dalam melayani pembeli.

Ibu Ariani menjelaskan “ Banyak penjual kue disini tapi beda-beda semua rezekinya orang, semua juga dari kitanya ji bagaimana carata tawarkan kue ta ke pembeli supaya tertarik i. Rasanya juga tidak boleh di ubah-ubah karena dari rasa juga orang na coba enak atau tidaknya. Tapi saya tetap saya pertahankan rasa sama kualitasnya kue ku takut ki kalau kecewa i pelanggan karena di ubah rasanya, jangankan rasanya yang di ubah bentuknya saja biasa di ubah sedikit na bertanya-tanya orang mau beli i. Kalau masalah omset juga yaa tidak tentu, kadang 350 kadang juga 450 karena tergantung banyaknya ji pembeli tapi harus di syukuri semua itu rezeki tidada yang tau i dek. Akhlak ta juga harus selalu dijaga, biar sama siapa, apalagi kita menjual dipasar banyak teman-teman ta jangan sampai tersinggung atau apa sama perkataann ta. Harus saja di jaga itu hubungan baik ta sama pedagang-pedagang lain karena kalau ada orang yang cari kue na habis mi kuenya pedagang lain pasti ke kita lagi na tunjuk supaya laku juga kue ta. Memperlancar rezeki juga itu kalau baik ki sama orang, orang juga senang sama kita, maka dari itu tidak boleh ki bohongi atau kelabui pembeli seperti itu mi mau pake bahan-bahan bahaya, kita saja tidak mau makan i jadi tidak boleh di kasi ke orang lain.”⁸

Menjaga hubungan antar sesama pedagang itu harus terjalin dengan baik, seperti yang ada pada etika bisnis islam tidak boleh saling merugikan antar sesama pedagang apa lagi sampai menjelek-jelekkan dagangan orang lain. Jujur dalam berdagang pun selalu diterapkan agar rezeki yang didapat pun lancar, dan Saling iri pun tidak di anjurkan dalam berdagang karena porsi rezeki seseorang sudah di atur.

Narasumber ke empat adalah Ibu Rahmawati yang tinggal di Tappong (kompleks Pasar Andi Tadda) tidak jauh dari pasar yang digunakan untuk mencari rezeki, beliau adalah seorang pedagang kue tradisional yang menjual kurang lebih 8 jenis kue dalam perhari. Tetapi biasanya macam kue yang dijualnya pun bertambah sesuai dengan pesanan, kue yang dijualnya pun dibuat sendiri. Adapun orang yang mengambil kue di Ibu Rahmawati lalu di jual kembali di toko-toko

⁸ Ariani, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

lain sehingga jumlah kue yang dibuatnya pun terus bertambah. Ibu Rahmawati ini sudah menerapkan etika bisnis islam dalam melakukan usahanya seperti tidak menjatuhkan pedagang lain, harus menghargai antar sesama pedagang, tidak menggunakan sistem riba. Walaupun biasanya ada pedagang lain yang iri dengan hasil penjualannya karena kue yang di jualnya itu laku, sehingga pedagang lain meniru kue yang dijualnya. Akan tetapi soal cita rasa yang dimiliki pun pastilah berbeda, pembeli pun sangat tau mana kue yang memang benar-benar enak dan mana kue yang cuman asal buat saja.

Ibu Rahmawati menjelaskan “ Awalnya itu bikin ka ini usaha karena hobi bikin-bikin kue, akhirnya saya coba-coba pasarkan dan orang suka toh akhirnya saya kembangkan terus akhirnya yaa Alhamdulillah saya sudah berapa tahun menjalani bisnis kue. Yaa syukur alhamdulillah sampai sekarang usaha saya lancar, digemari sama konsumen, begitu mi semoga usaha ku kedepannya semakin lancar dan sukses. Kalau soal bahan bakunya itu harus halal, harus ki jujur, harus jauh dari kata riba. Ada itu pedagang iri sama lakunya kue ta, itu namanya ee bersaing tidak sehat, kita itu terapkan misalnya kita tidak boleh anu harus ki bersaing secara sehat, tidak boleh menjatuhkan teman, tidak boleh menjelek-jelekkan. Soal omset ku dalam satu hari kalau menjual ka dari pesanan itu sekitar 150 perhari, tapi kalau ada pesanan yaa biasa sampai 200 lah 300 juga biasa tidak menentu sesuai dari pesanan yang ada ji. Startegiku supaya datang pelanggan itu yang pertama harus ki jaga kualitasnya, rasanya harus di jaga, tidak boleh membohongi konsumen, harus ramah sama konsumen.”⁹

Dari hasil wawancara, terbukti bahwa memang etika bisnis islam dalam menjalankan suatu usaha itu sangat di butuhkan dan harus diterapkan oleh semua pedagang. Jika tidak di terapkan maka pedagang akan gelap mata dan bertindak semaunya bahkan akan merugikan pedagang lain seperti menjatuhkan antar sesama pedagang.

⁹ Rahmawati, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

Narasumber kelima adalah ibu Jumaryah yang tinggal di Tanjung Ringgit, mencari nafkah di Pasar Andi Tadda kota Palopo dengan menjual kue tradisional demi memenuhi keuangan keluarganya. Dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab, Ibu Jumariyah menekuni bisnis yang digelutinya. Hasil yang di dapatkan cukup menjanjikan, apalagi jika ada pesanan yang di dapat. Kue yang dijualnya adalah kue tradisional seperti kue abba, lapis, putu, dan semacamnya. Tanggung jawab yang dimiliki Ibu Jumariyah yaitu dengan menyesuaikan pesanan yang diinginkan oleh pembeli dan tidak mengecewakan pembeli karena jika pembeli kecewa maka mereka enggan untuk kembali.

Ibu Jumariyah menjelaskan “ menjual ka kue nak lumayan lama mi juga, yaa demi keluarga dibantu-bantu cari uang untuk anak sekolah apalagi apa-apa sekarang naik mi tidak mungkin ki mau tinggal bang kasian. Tapi untungnya bisa jika bikin kue itu mi bikin ka kue baru sa jual dipasar. Memang untungnya lumayan tapi begitu mi nak banyak sekali penjual jadi kadang habis kue ku kadang juga tidak jadi tergantung dari pembeli ji tapi disyukuri saja namany rezeki. Semakin ki mengeluh semakin berat juga itu beban jadi di nikmati saja yang penting jujur ki tidak boleh ki juga kecewakan pembeli, harus ki bertanggung jawab juga, kue yang di jual sesuai dengan apa yang ditawarkan sama pembeli, tidak boleh ki bilang bagus ini kue ku baru-baru ji dibikin na padahal anu bermalam mi, atau ada kue ta cacat harus ki juga bilangi orang yang mau membeli jangan sampe kecewa i pas na makan harus ki juga tepati janji ta kalo ada orang memesan kue ini na beda hasilnya sama yang datang berarti tidak bertanggung jawab ki itu jangan cuman asal buat saja sampe rasa sama bentuk beda, tidak boleh begitu karena perbuatan tidak baik itu. Bertanggung jawab ki dengan perkataan ta juga akan na percaya terus ki pembeli karena pembeli itu adalah raja jadi tidak boleh dikasi kecewa.”¹⁰

Dari hasil wawancara, bertanggung jawab adalah perilaku yang harus di tanamkan dalam diri seseorang, baik dalam dunia perdagangan maupun tidak. Dengan bertanggung jawab, seseorang akan merasa nyaman dan tidak ragu

¹⁰ Jumariyah, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

terhadap seseorang maupun barang yang ditawarkan, karena dari tanggung jawab rasa kepercayaan seseorang akan muncul karena niat yang baik akan menghasilkan yang baik pula.

C. Pembahasan

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis.¹¹

Jadi Etika bisnis islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan dari lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka penulis dapat mengurai berbagai etika bisnis di Pasar Andi. Tadda Kota palopo berdasarkan perilaku pedagang terhadap penerapan etika bisnis. Kelima narasumber yakin bahwa penerapan etika bisnis islam ini belum berjalan sebagaimana mestinya, masih adanya pedagang

¹¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Walisongo Press, 2009), h. 22.

yang melakukan persaingan usaha dengan cara yang tidak sehat, ada sisi negatif yang dilakukan dalam penerapan etika bisnis.

Penerapan etika bisnis islam masih belum dipahami secara utuh oleh masyarakat terutama perilaku bisnis baik yang awam terhadap istilah ini ataupun mereka yang sebenarnya mengetahui hal ini. Banyak perilaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis dalam menjalankan usahanya atau hanya menjalankan etika yang menurut mereka benar dan menguntungkan baginya. Sifat- sifa Rasulullah dalam etika bisnis Islam yang telah di terapkan di Pasar Andi.Tadda Kota Palopo menurut hasil yang di dapat oleh peneliti yaitu:

a. *Siddiq* (jujur/benar)

Kejujuran adalah masalah dasar yang ada dalam etika bisnis islam. Ketika kejujuran ini dilanggar oleh para pelaku bisnis maka tidak adanya transparansi, menimbun, monopoli, dan munculnya sifat keserakahan dalam memperoleh keuntungan menjadi rentetan masalah berikutnya. Akhirnya para pelaku bisnis akan saling mendzolimi satu sama lain karena etika bisnis islam yang di abaikan. Seperti yang telah di paparkan oleh narasumber Ibu Kiki yaitu:

“Kejujuran juga penting sekali karena kalau tidak jujur ki kecewa pelanggan bisa lari semua pelanggan. Tidak boleh ki juga saling iri sama penjual lain karena sama-sama ki cari nafkah, rezeki sudah ada yang atur”.¹²

Prinsip utama dalam menjalankan suatu usaha adalah menerapkan nilai kejujuran. Kejujuran sangat penting untuk diterapkan baik antar sesama pedagang maupun kepada pembeli, seperti penerapan etika bisnis yang ada pada pedagang kue tradisional di Pasar Andi.Tadda Kota Palopo tidak menjual barang

¹² Ibu Kiki, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi.Tadda Kota Palopo

yang sudah tinggal atau tidak layak untuk dijual. Sifat terpuji seperti kejujuran ini adalah sifat yang sangat di senangi oleh Allah SWT. Pembeli seharusnya menerima barang dengan keadaan yang baik agar konsumen tidak merasa dirugikan, dan apabila terjadi kerusakan pada barang yang dijual para pedagang harus memberitahukan bahwa barang yang dijual itu ada kerusakan agar tidak menimbulkan unsur kebohongan.

Sifat jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama bagi pelaku bisnis dan pada hakekatnya, semua benci dengan kebohongan dan kepalsuan, hanya akal yang kotor dan logika yang tidak normal yang menyenangkan kebohongan dan kepalsuan yang pada umumnya mendatangkan kerugian pada bisnis, baik kerugian hati nurani maupun kerugian fisik, untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu menonjolkan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, hal macam ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya terkesan bagus padahal terdapat cacat padanya. Termasuk dalam memperlihatkan kepada pelanggan cara menimbang barang yang akan dijual.

Sikap jujur dapat pula dikatakan sebagai mata uang yang paling berharga sebagai seorang pebisnis karena dapat mendatangkan keberuntungan dan keberkahan sehingga bisnis pada akhirnya dapat terus eksis dan berkembang terlebih lagi keberkahannya. Oleh karenanya mengetahui dan memahami etika bisnis dalam berdagang sangatlah penting agar tercipta persaingan yang sehat dikalangan perdagangan, dan demi keberlangsungan aktivitas bisnis dalam jangka

yang lebih panjang. Islam tidak hanya menjadikan aktifitas bisnis sebagai keuntungan dunia saja, islam juga memberikan porsi yang sama untuk mendapatkan keuntungan akhirat melalui aktifitas bisnis, dan sifat jujur harus diterapkan dalam diri seseorang..

Etika bisnis islam berkaitan erat dengan keteladanan Rasulullah Saw. Hal ini dapat dilihat dalam berbagai literatur yang mengisahkan tentang Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya yang kental dengan prinsip keislaman. Alquran dan As-sunnah adalah dua hal yang ditinggal Rasulullah Saw. Kepada umatnya untuk dijadikan pedoman hidup salah satu dalam bermuamalah.

b. Amanah (Terpercaya)

Amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga dapat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya).

Sifat *amanah* dan jujur dalam dunia bisnis sangatlah penting untuk diterapkan dan sangat dibutuhkan baik bagi pedagang maupun pembeli. Maksud sifat jujur dan *amanah* dalam berjual beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat pada dagangan yang dijual. Seperti yang telah dipaparkan oleh Ibu Jumaryah :

“ harus ki bertanggung jawab juga, kue yang di jual sesuai dengan apa yang ditawarkan sama pembeli, tidak boleh ki bilang bagus ini kue ku baru-baru ji dibikin na padahal anu bermalam mi, atau ada kue ta cacat harus ki juga bilangi orang yang mau membeli jangan sampe kecewa i pas na makan harus ki juga

tepati janji ta kalo ada orang memesan kue ini na beda hasilnya sama yang datang berarti tidak bertanggung jawab ki itu jangan cuman asal buat saja sampe rasa sama bentuk beda, tidak boleh begitu karena perbuatan tidak baik itu.”¹³

Berdagang yang halal dengan sifat-sifat terpuji diatas adalah pekerjaan yang disukai dan dianjurkan oleh Rasulullah, karena dengan inilah yang menyebabkan keberkahan dan kebaikan dalam perdagangannya dan jual beli, sebab dengan diterapkannya sifat *amanah*, aktifitas perdagangan yang dilakukan pun akan berjalan dengan baik.

c. *Fatanah* (Cerdas)

Sifat *fatana*h dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat *fatana*h adalah bahwa segala aktifitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan, memiliki sifat jujur dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Yang terpenting pula bahwa para pelaku bisnis harus memiliki sifat *fatana*h yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usaha yan dijalankan bisa lebih efektif serta mampu menghadapi persaingan yang akan datang.

Sikap *fatana*h ini sangat penting diterapkan dalam dunia bisnis, karna sikap *fatana*h ini berkaitan dengan dunia penjualan, keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana cara

¹³ Ibu Jumaryah, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi. Tadda Kota Palopo

pedagang untuk menarik pembeli agar datang untuk membeli barang dagangan tersebut. Seperti yang telah dipaparkan oleh ibu Ariani :

“Banyak penjual kue disini tapi beda-beda semua rezekinya orang, semua juga dari kitanya ji bagaimana carata tawarkan kue ta ke pembeli supaya tertarik i. Rasanya juga tidak boleh di ubah-ubah karena dari rasa juga orang na coba enak atau tidaknya.”¹⁴

Dengan demikian, apapun yang dilakukan didunia ini adalah untuk mencapai ridha Allah swt., sebagai seorang muslim, harus mampu memiliki potensi dan kreatifitas yang besar yang telah diberikan oleh Allah swt., potensi paling berharga dan termahal yang diberikan pada manusia adalah akal karena salah satu ciri manusia yang bertakwa adalah orang yang mampu mengembangkan kemampuan yang dimiliki.

d. Tabligh(Komunitatif-Prommotif)

Sifat *tabligh* nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika dititipi *amanah* oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalahgunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad saw., untuk mencontoh, menyampaikan, dan menerapkan sikap *tabligh* dalam segala aspek terutama didalam dunia bisnis.

¹⁴ Ibu Ariani, Pedagang Kue Tradisional, *Wawancara*, Pasar Andi. Tadda Kota Palopo

Tabligh merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah komunikasi bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi adalah komunikasi efektif dan empati. Media penjualan adalah sistem yang lahir dari kemampuan penerapan sikap *tabligh* (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi yang baik pedagang tidak mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan.

Penjelasan diatas, sifat-sifat Rasulullah saw., dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan dalam dunia perdagangan yaitu: *shiddiq*, *amanah*, *fatamah*, dan *tabligh*.

Shiddiq membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, selalu menerapkan sifat jujur antar sesama baik antar pedagang maupun antar pembeli. Barang yang dijual tidak menggunakan bahan yang berbahaya, dan menjelaskan buruk ataupun kecacatan yang adapada barang yang dijual.

Amanah menjadikan sistem kerja sama yang baik, tidak mengandung unsur penipuan dalam setiap aktifitas yang dijalankan. Dari sifat *amanah* inilah mampu menciptakan hubungan bisnis yang baik, agar sifat ini berkembang menjadi budaya hubungan bisnis antara satu orang dengan orang lainnya. Sifat *amanah* menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk dan juga garansi terhadap kerusakan barang.

Fatanah ini sangat penting bagi pedagang, karena sifat *fatanah* berkaitan dengan perdagangan, cara merayu pelanggan agar cepat tertarik dengan barang yang ditawarkan sehingga menghasilkan keuntungan yang diinginkan.

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq, tabligh, amanah, dan fatanah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq, amanah, dan fatanah*. Dalam hal ini belum semua pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam, karena mereka masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga para pedagang hanya menjalankan bisnisnya dengan cara yang mereka yakini itu baik dan benar baginya dalam menjalankan usahanya, padahal dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan suatu usaha dapat mendatangkan keberkahan dari Allah.

Para pedagang yang masih menerapkan etika bisnis kapitalis terkadang belum mengetahui dan kurang memahami betapa pentingnya menerapkan etika bisnis Islam dalam perdagangan. Sehingga terkadang para pedagang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang lebih lagi dan tidak memerhatikan sisi buruk yang akan di dapatkan. Padahal dengan menerapkan etika bisnis Islam para pedagang dapat mengetahui bagaimana cara berdagang yang baik sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Rasulullah Saw.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Andi Tadda Kota Palopo, peneliti menarik kesimpulan tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Kue Tradisional (Studi Kasus Pasar Andi Tadda Kota Palopo) sebagai berikut :

Empat sifat Rasulullah dalam etika bisnis Islam hal yang menjadi kunci sukses sebagai seorang pedagang yaitu : *shiddiq, tabligh, amanah, dan fatanah*. Dalam ke empat sifat-sifat tersebut, yang paling menonjol yang digunakan di pasar Andi. Tadda Kota Palopo yaitu *shiddiq, amanah, dan fatanah*. Dalam hal ini belum semua pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam, karena mereka masih terbiasa dengan etika bisnis kapitalis, sehingga para pedagang hanya menjalankan bisnisnya dengan cara yang mereka yakini itu baik dan benar baginya dalam menjalankan usahanya, padahal dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan suatu usaha dapat mendatangkan keberkahan dari Allah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang di jelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi para pedagang untuk lebih memperhatikan dan menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan bisnis.
2. Sebaiknya seluruh pedagang kue tradisional di pasar Andi. Tadda berusaha memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dilakukan oleh Rasulullah saw.
3. Sebaiknya pedagang meninggalkan dan tidak mudah terpengaruh oleh praktik bisnis kapitalis, yang hanya mementingkan keuntungan yang banyak tanpa memerhatikan keberkahan yang didapat

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahnya.

Abdul Abdullah Ahmad Bin Muhammad ibn Hambal, *Kitab : Sisa Musnad sahabat yang banyak meriwayatkan hadis*. Juz. 2. Bairut, Darul Fikri, 1981 M

Aedy Hasan. 2011. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Cet. 1:Bandung:Alfabeta.

Afzlurrahman. *MUHAMMAD Sebagai seorang pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi 2000.

Al-Sadr Muhammad Baqir. *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Pemikiran Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Zahra, 200 M.

Amirullah. 2015. *Populasi dan* Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
Sampel (Pemahaman, jenis, dan teknik). Malang: Bayumedia Publishing.

Antonio Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 200 M

Ariani. Pedagang Kue Tradisional. *Wawancara*. Pasar Andi.Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

Arifin Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press

Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.

Beekum Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Cet. 1: Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bodroen Faisal . 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Cet. 1: Jakarta: Kencana.

Darussalam A. 2011. *Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Hadits*. Cet. I. Makassar: Alauddin University Press.

Fakhri Madjid. *Etika Dalam Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan UMS. 1996.

Gitosardjono Sukamdani Sahid. 2009. *Bisnis Dan Kewirausahaan Syariah (Upaya Menuju Kesejahteraan Umat Islam)*. Bogor: Yayasan Sahid Jaya.

Harnaldi. 2015. *Prinsip-prinsip Statistik untuk teknik dan Sains*. Jakarta: Erlangga.

Idri. 2015. *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi*. Cet, 1, Jakarta; Kencana.

Jajuli Sulaeman, M.E.I, 2017. *Ekonomi Dalam Al-Quran*. Jogjakarta: CV. Budi Utama.

Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Juhara, Erwan., dkk. 2005. *Cendikia Berbahasa*. Jakarta: PT. Setia Purna Inves.

Jumariyah. Pedagang Kue Tradisional. *Wawancara*. Pasar Andi. Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

Karim Adiwarmar Azwar. 2004. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kiki. Pedagang Kue Tradisional. *Wawancara*. Pasar Andi. Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019.

Mchendrawaty Nanih dan Safei Agus Ahmad. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mukhlis. Kepala Pasar Andi. Tadda Kota Palopo. *Wawancara*. Tanggal 18 Mei 2019

Nasution. 2000. *Metode Reseach (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Narbuko, Cholid., dkk. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Partanto Pius A. dan Barry M. Dahlan Al. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Penerbit Arkola, t.tp,

Prof. Dr. H. Alma Buchori. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta. Cet, III.

Qordhawi Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Rahmawati. Pedagang Kue Tradisional. *Wawancara*. Pasar Andi. Tadda Kota Palopo 20 Mei 2019

Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Cikarang: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sudarto. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1996.

Suriani Ni Made, S.Pd., M.Par. 2014. *Entrepreneurs*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tini. Pedagang Kue Tradisional. *Wawancara*. Pasar Andi. Tadda Kota Palopo 19 Mei 2019

Yusanto Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Pres.

Yusanto M. Ismai dan M. Karebet. 2004. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Sumber Internet :

Pengertianparaahli.com/pengertian-implementasi-adalah/# (diakses pada 08 November 2018 pukul 13.00)

Sumber Lainnya:

Anggraeny Galuh. 2017. "*Pembelejaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta*". Surakarta. Academica Journal of Multidisciplinary Studies, Vol. 1. No. 1.

Anindya, Desy Astrid. 2017. "*pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pada wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*". Sumatera Utara: Pascasarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, 2017:389-412.

Barus, Elida Elfi., dkk. 2016. "*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan*. Sumatera Utara : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 2, No.2.

Benny. 2017. "*Implementasi Etika Bisnis Pada PT. Pendawa Polysindo Perkasa*. Surabaya: Program Manajemen Bisnis, Program Studi manajemen, Universitas Kristen Petra. Agora Vol. 5, No.3.

Hasanah, Hasyim. 2016. "*Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*", Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Semarang. Jurnal At-Taquddum, Vol. 8 No. 1.

Irawan Heri. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.

Muhammad Riza, "*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*", Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2017, Hlm.1.

Rosiyana, Leli., dkk. 2017. "*Implementasi Etika bisnis Islan Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)*". Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Admininistrasi Bisnis Vol. 53 No. 1.

Sampurno, Wahyu Mijil. 2016. "*Penerapan etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Makan*". Pemalang: Universitas Islam Indonesia. Sampurno, Journal Of Islamics Economics Lariba 2016, Vol. 2, Issue 1:13-18.

Siregar, Rosnani. 2015. "*Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padangsidempuan)*". Padangsidempuan: Lecturer Of Economics and business Islam Faculty at IAIN Padangsidempuan. Jurnal Tazkir Vol. 01 No. 2.

***L
A
M
P
I
R
A
N***

Hasil Dokumentasi



Dok. Pasar Andi Tadda Kota Palopo



Dok. Pedagang Kue tradisional



Dok. Kue Tradisional Kota Palopo



Dok. Kue Tradisional Kota Palopo



Dok. Kue Tradisional Kota Palopo

RIWAYAT HIDUP



Dini Asriani Pagga lahir di Palopo, Kec. Bara, Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 02 Desember 1997. Anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan ayahanda Burhanuddin Pagga dan ibunda Djumasri. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 484 SALUPIKUNG dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 8 Palopo dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMK Negeri 1 Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkahnya untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul ***Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kue Tradisional di Kota Palopo (Studi Kasus Pasar Andi Tadda)***. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.